

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP SIARAN NET TV SUL SEL**  
**(Survei Masyarakat Kelurahan Bontoramba Kabupaten Gowa)**



**Skripsi**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Jurusan Jurnalistik  
Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

**ROSDIANA**  
50500113006

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UIN AIAUDDIN MAKASSAR**

**2017**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosdiana  
NIM : 50500113006  
Jurusan : Jurnalistik  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Alamat : Jl. Sultan Alauddin II Residence  
Judul : Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran NET TV Sul  
Sel (Survei Masyarakat Kelurahan BontoRamba  
Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa)

Dengan penuh kesadaran penyusun yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya peneliti sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tipuan atau plagiat, dibuatkan atau dibantu orang lain secara keseluruhan, maka skripsi dan gelar yang diperoleh batal demi hukum.

Samata-Gowa,

Penyusun

**ROSDIANA**  
**NIM.50500113006**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

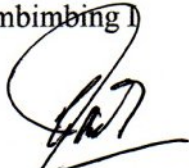
Pembimbing penulisan draft skripsi saudara Rosdiana, NIM: 50500113006 mahasiswa jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama draft skripsi yang berjudul: **Persepsi Masyarakat terhadap Siaran NET TV Sul-Sel (Survey Masyarakat Kec. Somba Opu Kabupaten Gowa)**” draft skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui ke sidang **Seminar Proposal**.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan dan diproses lebih lanjut.

Makassar,

2017

Pembimbing I



**Drs. Syam'un, M.Pd, MM**  
NIP. 196106121994031001

Pembimbing II



**Andi Fauziah Astrid, S.Sos, M.Si**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, **“Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran NET TV Sul Sel (Survei Masyarakat Kelurahan Bontoramba Kabupaten Gowa)”** yang disusun oleh **Rosdiana**, NIM: **50500113006**, Mahasiswa Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam siding munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Senin tanggal 24 November 2017 dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Jurnalistik (dengan beberapa perbaikan).

Samata-Gowa, 24 November 2017 M  
5 Rabi-Al-Awwal 1439 H

### DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Syamsidar, M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Hj. Sitti Asiqah Usman Ali, Lc., M. Th.I	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Firdaus Muhammad, M.Ag	(.....)
Munaqisy II	: Drs. Alamsyah, M. Hum	(.....)
Pembimbing I	: Drs. Syam'um, M. Pd., M.M.	(.....)
Pembimbing II	: Andi Fauziah Astrid, S.Sos., M.Si	(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar,

**Dr. H. Abd. Rasvid Masri. S. Ag. M.pd M. Si.,MM**

NIP. 19690827199603 1 004

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ  
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Segala puji syukur atas limpahan karunia dan hidayah Allah SWT. Dengan rahmat-Nya jualah, hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran NET TV Sul Sel (Survei Masyarakat Kelurahan Bontoramba Kabupaten Gowa) dan dapat diselesaikan dengan baik. Salam dan shalawat tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi ukhuwatul khasanah bagi seluruh umat manusia.

Skripsi ini diajukan pada Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan S-I (Strata I). Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara moril maupun material. Oleh karena itu, patutlah dengan tulus peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si., selaku Rektor UIN Alauddin Makassar, beserta Prof. Dr. H. Mardan, M.Ag., Wakil Rektor I, Prof. Dr. H. Lomba Sultan, M.Ag., Wakil Rektor II, Prof. Hj. Siti Aisyah Kara, MA. PhD., Wakil Rektor III. Dan Prof. Hamdan Juhannis, MA., PhD., Wakil Rektor IV.
2. Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, beserta Dr. H. Misbahuddin, M.Ag wakil dekan I, Dr. H. Mahmuddin, M.Ag wakil dekan II, serta Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.I wakil dekan III.
3. Drs. Alamsyah, M.Hum selaku ketua Jurusan Jurnalistik dan Dr. Syamsidar, M.Ag sekretaris Jurusan Jurnalistik. Dengan segenap rasa tulus memberikan arahan, motivasi, nasehat serta bimbingan selama peneliti menempuh kuliah di Universitas IslamNegeri Alauddin Makassar pada Jurusan Jurnalistik.
4. Drs. Syam'un, M.Pd, M.M, selaku pembimbing I dan Andi Fauziyah Astrid, S.Sos.,M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, motivasi, nasehat, dan masukan serta bimbingan sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
5. Dr. Firdaus Muhammad, M.Ag dan Drs. Alamsyah, M. Hum selaku munaqisy I dan munaqisy II yang telah memberikan kritik dan bantuanya sebagai munaqisy dalam ujian Program SI.
6. Segenap Dosen, Staf Jurusan, Kepala Tata Usaha dan staf serta Kepala Staf Perpustakaan Pusat UIN Alauddin Makassar dan Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tidak lupa penulis haturkan terima kasih atas ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, selama peneliti menempuh pendidikan di Jurusan Jurnalistik

7. Serta kupersembahkan skripsi ini kepada saudara dan saudari ku tercinta kk Nasriati, Kurniawan, Nur'Aisyah, Nasruddin. Serta Adik Tercinta Sarah Yanti, Nurfadlah Ulfa dan Rahmah Anugrah. Terimah kasih untuk semua dukungan, doa, motivasi serta semua yang terbaik yang telah diberikan kepada peneliti.
8. Ucapan terima kasih tak terhingga peneliti ucapkan kepada keluarga besarku yang tidak biasa kusebutkan satu persatu hanya terwakili oleh mereka, Pacci Amir dan Macci Hudaya.
9. Ucapan terima kasih secara pribadi juga saya sampaikan kepada teman-teman Jurnalistik angkatan 2013, khususnya teman kelas Jurnalistik A 013. Yang telah banyak memberi dukungan kepada peneliti.
10. Untuk sahabat sahabatku tercinta Ismail, Rini Kusuma Wardani ipin, Marwah, Idayanti, Fatmawati, Noni Hadriani, Riescha Amelia, Sukmawati, Sukmawati achmad, kk Ervin S, Junaedi, dan Supriadi, terima kasih atas semua bantuan masukan, dan motivasinya kepada peneliti.
11. Teman-teman KKN angkatan 55 Kec. Parangloe Desa Belapunranga Dusun Kasimburang, yang terkhusus bapak Bahtiar S.Ip Dg. Sijaya dan ibunda Syamsiah Dg. Te'ne yang telah membimbing serta mensupport peneliti.
12. Peneliti menghaturkan terima kasih dan rasa hormat yang tak terhingga dan teristimewa kepada kedua orang tuaku, ayahanda Nasrullah dan ibunda Herlina ,segala doa dan pengorbanannya yang telah melahirkan, mengasuh, memelihara, mendidik dan membimbing penulis dengan penuh kasih sayang serta pengorbanan yang tak terhitung sejak dalam kandungan hingga dapat menyelesaikan studiku dan selalu memberikanku motivasi dan dorongan baik moril dan materil yang diberikan kepada peneliti.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat-Nya yang berlipat kepada seluruh pihak atas jasa dan amal mulianya. Amin Yarabbal Alamin.

*Wassalamu'Alaikum Warahmatullahi, Wabarakatuh*

Gowa, 17 Oktober 2017

ROSDIANA  
NIM:50500113006



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PESETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii-v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi-vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1-7</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Hipotesis.....	3
D. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian.....	4
E. Tujuan Penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	5
G. Kajian Pustaka.....	5
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS .....</b>	<b>8-27</b>
A. Televisi Sebagai Media Massa.....	8
B. Motivasi Menonton Televisi .....	13
C. Persepsi .....	18
D. Hubungan Motivasi Menonton dengan Persepsi .....	23
E. Pandangan Islam dalam Hal Menonton Televisi .....	24
F. Kerangka Konseptual .....	25

**BAB III METODE PENELITIAN ..... 28-32**

A. Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Pendekatan Penelitian .....	27
D. Variabel Penelitian .....	28
E. Populasi dan Sampel .....	28
F. Metode Pengumpulan Data .....	30
G. Instrumen Penelitian.....	30
H. Analisis Data .....	31

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 33-62**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Profil NET TV .....	33
B. Karakteristik Responden Penelitian .....	46
C. Motivasi Masyarakat Menonton Siaran NET TV Sul Sel.....	47
D. Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran NET TV Sul Sel.....	53
E. Analisis Data .....	57
F. Pembahasan .....	59

**BAB V PENUTUP..... 63-64**

A. Kesimpulan.....	63
B. Implikasi Penelitian.....	64

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT**

## DAFTAR TABEL

Tabel. 1 Definisi operasional .....	4
Tabel. 2 Perbandingan penelitian terdahulu.....	7
Tabel. 3 Keunggulan dan kelemahan Televisi .....	12
Tabel. 4 Komposisi penduduk Kel. Bontoramba berdasarkan jenis kelamin .....	34
Tabel. 5 Jumlah kepala keluarga Kel. Bontoramba .....	34
Tabel. 6 Jumlah mutasi penduduk Kel. Bontoramba .....	35
Tabel. 7 Jumlah penduduk Kel. Bontoramba berdasarkan usia dan jenis kelamin ..	36
Tabel. 8 Karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin .....	38
Tabel. 9 Karakteristik responden berdasarkan kepemilikan televisi.....	45
Tabel. 10 Motivasi berdasarkan motif informasi .....	46
Tabel. 11 Motivasi berdasarkan motif identitas pribadi.....	47
Tabel . 12 Motivasi berdasarkan motif interaksi sosial .....	48
Tabel. 13 Motivasi berdasarkan motif hiburan .....	51
Tabel. 14 Kriteria penilaian kuesioner .....	52
Tabel. 15 Persepsi berdasarkan unsur kualitas tayangan .....	53
Tabel. 16 Persepsi berdasarkan unsur pesan siaran (presenter) .....	54
Tabel. 17 Persepsi berdasarkan unsur tema cerita isi atau informasi.....	55
Tabel. 18 Korelasi antar variabel .....	57
Tabel. 19 Hasil penelitian motivasi dan persepsi.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Proses persepsi .....	21
Gambar. 2 Kerangka pemikiran persepsi masyarakat pada siaran NET TV Sul Sel .	26
Gambar. 3 Diagram mutasi penduduk .....	35
Gambar. 4 Jumlah penduduk berdasarkan usia dan jenis kelamin.....	36
Gambar. 5 Mata pencaharian masyarakat Kel. Bontoramba.....	40
Gambar. 6 Logo NET TV Nasional .....	41
Gambar. 7 Logo NET TV Sul Sel.....	44

## ABSTRAK

**Nama Penulis** : Rosdiana  
**NIM** : 50500113006  
**Judul Skripsi** : Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran NET TV Sul Sel (Survei Masyarakat Kelurahan Bontoramba Kabupaten Gowa)

---

Penelitian ini berjudul, Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran NET TV Sul Sel (Survei Masyarakat Kelurahan Bontoramba Kabupaten Gowa). Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji persepsi masyarakat dalam menonton program siaran NET TV Sul Sel.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan wawancara. Sampel penelitian sebanyak 100 orang yang terdiri dari responden laki-laki sebanyak 45 orang dan 55 orang responden perempuan, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* (Berpeluang acak Sederhana). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan yang kemudian akan diolah dan dianalisa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat di Kelurahan Bontoramba dalam menonton program siaran NET TV Sul Sel berbeda-beda. Sedangkan, motivasi menonton khalayak tergolong tinggi terutama untuk motivasi hiburan dan informasi. Sementara untuk persepsi, seluruh responden berpersepsi bagus terhadap kualitas tayangan, unsur dalam siaran, dan unsur materi siaran. Dari hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan motivasi menonton dengan persepsi masyarakat.

Implikasi hasil penelitian ini adalah hendaknya dalam penggunaan media massa seperti televisi dalam memperoleh informasi sebaiknya lebih selektif dalam menerima informasi dan memilih tayangan-tayangan yang berkualitas. Para pelaku media dan perusahaan pers seperti NET TV Sul Sel dalam menyajikan informasi kepada masyarakat sebaiknya memiliki sikap yang sesuai dengan kode etik jurnalistik, dan tidak melakukan hal-hal yang dapat menciderai citra pers sehingga tidak menimbulkan kegelisahan informasi yang didapat oleh masyarakat serta masyarakat tidak salah dalam mempersepsikan suatu hal. Untuk para calon peneliti, disarankan agar peneliti harus menggunakan metode, strategi dan teknik penelitian yang ilmiah dan berlandaskan teori-teori yang ada dan untuk memperoleh data penelitian yang akurat.

Kata Kunci : Khalayak, Motivasi, Persepsi

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia televisi di tanah air saat ini semakin pesat, terlihat dari semakin banyaknya stasiun televisi swasta yang berarti semakin tinggi persaingan dalam menarik pemirsa. Setiap stasiun televisi berlomba menyajikan beragam program yang bervariasi dan menarik, baik yang informatif maupun hiburan. Semakin banyak pilihan program siaran televisi, semakin selektif pula khalayak dalam memilih siaran televisi. Menonton televisi sudah lazim dilakukan oleh masyarakat baik di desa maupun di kota, mencakup semua kalangan yakni anak-anak, remaja, bahkan orang tua. Televisi sampai saat ini masih diasumsikan sebagai alat informasi yang ampuh dalam mengubah sikap dan perilaku pemirsa, karena efek suara dan bentuk gambarnya secara nyata dapat disaksikan mata pemirsa di rumah.<sup>1</sup>

Televisi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, hal tersebut sesuai dengan pernyataan Gerbner Conolly menyebutkan bahwa, televisi menyita waktu yang lebih banyak dibandingkan dengan media lain.<sup>2</sup> Olehnya itu berbagai cara dilakukan stasiun televisi untuk memenangkan hati khalayak atau pemirsa yang dituju. Namun saat ini masyarakat semakin aktif dalam memilih media. Artinya setiap individu memilih program sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya sendiri. Disamping kebutuhan masing-masing individu berbeda-

---

<sup>1</sup>Wawan Kusnadi, *Komunikasi Massa Sebagai Sebuah analisis Media Televisi* (Cet. I. Jakarta: Rineka Cipt, 1996), h. 73.

<sup>2</sup>Ashadi Siregar, *Menyingkap Media Penyiaran: Membaca Televisi Melihat Radio* (Yogyakarta: LP3Y, 2001), h. 2.

beda hal tersebut dijelaskan dalam teori *uses and gratifications* yang menjelaskan bahwa khalayak adalah pihak yang aktif menggunakan media untuk kebutuhannya.<sup>3</sup>

Kebutuhan-kebutuhan inilah yang menyebabkan individu menggunakan media tertentu, dimana individu mencari sejumlah pemuasan kebutuhan dari penggunaan media tertentu karena didorong oleh motif yang memengaruhinya. Namun tidak menutup kemungkinan masih ada masyarakat menonton televisi hanya sekedar ikut-ikutan saja atau mereka menonton televisi sesuai dengan apa yang disuguhkan oleh media tersebut. Dari program yang disuguhkan media berbeda-beda dari sinilah khalayak atau masyarakat dapat memberikan pandangan atau persepsi terhadap suatu objek, sehingga akan muncul persepsi yang berbeda-beda pula.

Peneliti menetapkan masyarakat Bontoramba kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa sebagai obyek penelitian karena, masyarakat dalam kelurahan tersebut sangat antusias dalam menonton penyajian siaran televisi serta masyarakat bersifat heterogen yang memiliki latar belakang agama, pendidikan, usia dan profesi. Menurut survei kepala teknisi pemancar stasiun NET TV Sul Sel bahwa, masyarakat Kelurahan Bontoramba dapat menangkap siaran NET TV Sul Sel, masyarakat sering menyaksikan siaran NET TV Sul Sel, lokasinya berada diantara desa dan kota, dan masyarakat Kelurahan Bontoramba bisa menilai program siaran televisi.<sup>4</sup>

Hal inilah yang menyebabkan peneliti ingin mengkaji apa persepsi masyarakat Bontoramba terhadap siaran NET TV Sul Sel.

---

<sup>3</sup>Elviarno Ardianto dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Cet. III; Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h.73.

<sup>4</sup>Wawancara Anwar, Kepala Teknisi Pemancar Stasiun NET TV Sul Sel.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah pokok penelitian ini adalah:

1. Apa motivasi masyarakat Kelurahan Bontoramba menonton siaran NET TV Sul Sel?
2. Bagaimana persepsi masyarakat Kelurahan Bontoramba terhadap siaran NET TV Sul Sel?
3. Hubungan antara motivasi menonton siaran NET TV Sul Sel dengan persepsi masyarakat Kelurahan Bontoramba

## **C. Hipotesis**

Hipotesis merupakan asumsi atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam suatu penelitian. karena asumsi tersebut baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta diperoleh dari pengumpulan data.<sup>5</sup> Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan landasan teori yang sudah diuraikan maka akan diajukan hipotesis. Hipotesis akan ditolak jika salah dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Dalam penelitian ini hipotesis yang diambil adalah:

1. Hipotesis kerja ( $H_1$ )

Hipotesis (kerja) yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:  
Ada hubungan antara motivasi menonton dan persepsi masyarakat.

2. Hipotesis Nol ( $H_0$ )

Hipotesis nol juga sering disebut hipotesis statistik karena diuji dengan statistik, maka hipotesis nol yaitu: Tidak ada hubungan antara motivasi menonton dengan persepsi masyarakat.

---

<sup>5</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan komunikasi* (Cet.V; Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 174.



#### D. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menghindari salah pengertian dalam penelitian, maka peneliti perlu menjelaskan beberapa variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Motivasi menonton dan persepsi masyarakat sebagai indikator seberapa jauh responden menonton serta bagaimana anggapan atau persepsi masyarakat dalam menonton siaran NET TV Sul Sel.

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional Variabel**  
**Motivasi dan Persepsi Menonton**

Jenis Penelitian	Variabel	Indikator	Alat ukur	Skala data
Persepsi masyarakat terhadap siaran NET Sul-Sel (survei masyarakat Kelurahan Bontoramba Kabupaten Gowa)	Persepsi (x) Merupakan pandangan atau pendapat seseorang yang berasal dari rangsangan pancaindra	Kualitas tayangan penayangan dan Kualitas gambar	Kuesioner	Interval
		Unsur dalam siaran presenter, narasumber, dan Segment		
		Unsur materi siaran tema cerita dan Isi cerita		
	Motivasi(Y) merupakan dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau pun tidak sadar untuk melakukan sesuatu tindakan dengan tujuan tertentu	Informasi, Mencari berita tentang kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat masyarakat.	Kuesioner	Interval
		Identitas pribadi, Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri dan menemukan penunjang nilai-nilai pribadi melalui media		
		Interaksi Sosial, Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain atau empati sosial Hiburan, penyalur emosi dan pengisi waktu		

Sumber: Metode Penelitian Kuantitatif<sup>6</sup>

<sup>6</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet. V; Jakarta: Kencana, 2010), h. 61.

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui motivasi masyarakat Kelurahan Bontoramba menonton siaran NET TV Sul Sel
2. Mengetahui persepsi masyarakat Kelurahan Bontoramba terhadap siaran NET TV Sul Sel
3. Mengetahui bagaimana hubungan motivasi menonton dengan persepsi masyarakat Kelurahan Bontoramba

### **F. Manfaat penelitian**

Diharapkan dalam penelitian ini dapat menambah kebutuhan teoritis dan praktis

1. Manfaat teoritis, secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu komunikasi utamanya yang berkaitan dengan media massa, persepsi menonton dan motivasi menonton.
2. Manfaat praktis
  - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang persepsi dan motivasi masyarakat Kelurahan Bontoramba
  - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk NET TV Sul Sel dan menambah pengetahuan serta masukan untuk penelitian selanjutnya.

### **G. Kajian pustaka**

Berdasarkan penelusuran peneliti, terdapat penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain:

1. Skripsi oleh Irsal, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas dakwah dan Komunikasi, universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, dengan

judul “Persepsi Remaja terhadap Berita kriminal di Televisi (survei di Desa Masalle Kabupaten Enrekang)”. Dalam penelitian membahas tentang persepsi dan motivasi remaja di desa Masalle di Kabupaten Enrekang terhadap berita kriminal di televisi. Desa Masalle Kabupaten Enrekang memiliki penduduk sebanyak 4.600 dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 1.199 populasi dari penelitian Irsal yaitu remaja yang berusia 13-16 tahun dengan jumlah 63 orang dengan metode pendekatan kuantitatif dan menggunakan pengumpulan data kuesioner dan wawancara semi terstruktur.<sup>7</sup>

2. Skripsi Karina heza Pratama, Mahasiswi Jurusan Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, dengan judul “Motivasi Menonton dan Persepsi Khalayak Tentang Program *Talk Show* Hitam Putih di Trans7 pada Masyarakat Desa Rurban”. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan pengumpulan data secara kuesioner dan wawancara semi terstruktur. Hasil penelitian ini motivasi menonton khalayak tergolong tinggi terutama motivasi dalam identitas pribadi dan motivasi menonton juga berhubungan dengan persepsi tentang siaran televisi.<sup>8</sup>
3. Skripsi Fickram Aris, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, dengan judul “Persepsi Masyarakat tentang Aktualisasi Informasi Berita di *TVOne* (studi pada masyarakat lingkungan Allattappampang Kecamatan Pallangga

---

<sup>7</sup>Irsal, “Persepsi Remaja Desa Masalle terhadap Berita Kriminal di Televisi”, *Skripsi* (Makassar: Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin, 2013), h. x.

<sup>8</sup>Karina Heza Pratama, “Motivasi Menonton dan Persepsi Khalayak Tentang Program *Talk Show* Hitam Putih Trans7 Pada Masyarakat Desa Rurban”, *Skripsi* (Bogor: Fak. Ekologi Manusia, 2013), h. x.

Kabupaten Gowa)". Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dengan melakukan survei menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada umumnya masyarakat Allattappampang memiliki motivasi menonton untuk memperoleh informasi.<sup>9</sup>

Tabel di bawah ini mendeskripsikan perbedaan dan persamaan penelitian yang akan dilakukan peneliti.

**Tabel 1.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu**

Tinjauan perbedaan	Penelitian sebelumnya			Penelitian yang dilakukan
	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	
Judul penelitian	Persepsi remaja desa Masalle terhadap berita kriminal di televisi	Motivasi dan persepsi khalayak tentang program <i>Talk Show</i> "Hitam Putih" Trans7 pada masyarakat Desa Rurban	Persepsi masyarakat tentang aktualisasi informasi berita di Tvone	Persepsi masyarakat kelurahan Bonto Ramba terhadap siaran NET TV Sul Sel
Ruang lingkup dan lapangan	Remaja Desa Masalle Kabupaten Enrekang	Masyarakat desa Rurban kelurahan sukahati kabupaten bogor	Masyarakat Allattappampang kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa	Masyarakat Kelurahan Bontoramba Kabupaten Gowa
Metode pendekatan	kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif
Pengumpulan data	Kuesioner dan wawancara semi terstruktur	Kuesioner dan Observasi	Kuesioner dan wawancara	Kuesioner dan observasi

Sumber: Data olahan peneliti, 2017

<sup>9</sup>Fickram azis, "Masyarakat Tentang Aktualisasi Informasi Berita di *TVOne*", *Skripsi* (Makassar: Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN alauddin, 2016), h. x.

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### **A. *Televisi sebagai Media Massa***

Televisi merupakan perkembangan medium berikutnya setelah radio yang memiliki karakter yang spesifik yaitu audio visual. Penemu pertama teknologi televisi adalah Paul Nipkow di Jerman pada tahun 1884, dia menemukan sebuah alat yang disebut Jantra Nipkow atau Nipkow Sheibe.<sup>1</sup> Kemudian Charies F. Jenkins di AS pada tahun 1890. Studi dimulai dengan pengiriman sinyal gambar secara elektromagnetik, dapat dilakukan melalui tabung sinar katoda pada tahun 1884, kemudian penemuan kutub elektroda pengatur arus pada tahun 1904 dan pelepasan neon pada tahun 1917.<sup>2</sup> Di Indonesia kegiatan penyiaran media televisi dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962 yang bertepatan dengan berlangsungnya pembukaan pesta Olahraga se-Asia (*Asean Games*) di Senayan. Sejalan dengan kepentingan pemerintah dan keinginan masyarakat Indonesia yang tersebar diberbagai wilayah agar dapat menerima siaran televisi maka pada tanggal 16 Agustus 1976 Presiden Soeharto meresmikan penggunaan satelit palapa untuk telekomunikasi dan siaran televisi.<sup>3</sup>

Berdasarkan penemuan yang melalui berbagai hal rumit ini dapat dirasakan manfaatnya. Televisi dapat menjangkau daerah-daerah luas yang secara geografis terbelang jauh. Hal ini dikarenakan televisi memanfaatkan gelombang radio untuk mengirimkan gambar serta suara. Perkembangan televisi saat itu sangatlah pesat

---

<sup>1</sup>Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h. 4.

<sup>2</sup>Apriadi Tamburaka, *Leterasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Cet.I; Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 65.

<sup>3</sup>Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Cet.III; Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 136.

sehingga dampak siarannya menyebabkan seolah-olah tak ada batas antara negara satu dengan negara yang lain apalagi setelah ditemukannya satelit untuk memancarkan signal televisi.

Pada tahun 1989 TVRI mendapat saingan stasiun televisi lainnya yakni Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang bersifat komersial, kemudian secara berturut-turut berdirilah stasiun televisi lainnya seperti Surya Citra Televisi (SCTV), Indosiar, TV7, Lativi, Metro TV, Trans TV, Gelobal TV, dan televisi-televisi daerah seperti Bandung TV, JakTV, Bali TV, dan lain-lain yang sebagian besar masih bertahan dan menjadi pilihan khalayak untuk mendapatkan informasi atau pun hiburan.<sup>4</sup>

Televisi merupakan sebuah media telekomunikasi yang dikenal sebagai penerima siaran gambar bergerak dan bersuara baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun berwarna. Menurut Effendy televisi, terdiri dari istilah “tele” yang berarti jauh dan “visi” yang berarti penglihatan. Segi “jauh”nya diusahakan oleh prinsip radio dan segi “penglihatan”nya oleh gambar. Televisi adalah panduan (*radio broadcast*) dan film (*moving picture*).<sup>5</sup>

Para pakar komunikasi kerap mengatakan bahwa televisi memiliki daya hipnotis luar biasa. Sehingga emosi dan perilaku khalayak dapat dengan mudah dimainkan atau diciptakan dalam seketika. Televisi secara psikologi dan visual, dapat dengan mudah diterima oleh pemirsa pada saat bersamaan.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup>Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, h. 136.

<sup>5</sup>Effendy dan Onong Uchjana, *Televisi Siaran, Teori dan Praktek* (Bandung: Mondar Maju, 2000), h. 174.

<sup>6</sup>As Haris Sumadiria, *Jurnal Indonesia Propesional* (Cet.IV; Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2011), h. 6.

Khusus untuk media televisi berdasarkan pengamatan beberapa ahli bidang pertelevisian menyebutkan bahwa informasi yang diperoleh melalui siaran televisi

dapat mengendap dalam daya ingat manusia lebih lama jika dibandingkan dengan membaca. Hal ini dikarenakan gambar/visualisasi yang bergerak berfungsi menjadi tambahan dan dukungan narasi penyiaran maupun memperkuat daya ingat manusia dan memanggilnya (*recall*) kembali, dan hal ini ditambah lagi dengan adanya audio. Penggabungan unsur audio dan visual dalam sebuah media menurut Apriadi Tamburaka menjadikan televisi memiliki daya tarik besar dalam mempengaruhi pola-pola kehidupan masyarakat, termaksud mengubah keputusan seseorang dalam menentukan sesuatu yang akan dibelinya.<sup>7</sup> Berdasarkan kemampuan audio visual tersebut, televisi mampu menentukan pengambilan keputusan masyarakat ketika hendak memutuskan sesuatu, termasuk masyarakat berinteraksi di sekitarnya.

Suatu siaran televisi tidak dapat memuaskan semua lapisan masyarakat dalam satu waktu, karena dalam satu waktu ada pemirsa/penonton yang kagum tapi ada juga yang benci akan siaran itu. Sehingga pengelola stasiun televisi harus tau siapa sasaran penontonnya.<sup>8</sup>

Menurut Gerbner televisi memiliki kekuatan yang secara dominan dapat mempengaruhi masyarakat modern. Kekuatanya tersebut berasal dari kemampuan televisi melalui berbagai simbol untuk memberikan berbagai gambaran yang terlihat nyata dan penting seperti sebuah kehidupan sehari-hari.<sup>9</sup> Televisi dapat memengaruhi

---

<sup>7</sup>Apriadi Tamburaka, *Leterasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, h. 67.

<sup>8</sup>Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutahir* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 6.

<sup>9</sup>Werner J. Severin dan James W. Tankatd. Jr. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terpan di Dalam Media Massa*, h. 320.

penontonnya sehingga hal yang ditampilkan di layar kaca dipandang sebagai sebuah kehidupan yang nyata, dan dipandang sebagai realitas objek.

Karakteristik televisi sangat berbeda dengan media massa yang lain seperti surat kabar ataupun radio. Karakteristik yang paling dapat dibedakan adalah televisi dapat dinikmati dengan dua panca indra yaitu indra pendengaran dan penglihatan. Audio visual yaitu merupakan gambar yang bergerak yang diikuti oleh suara yang sesuai dengan apa yang ditampilkan oleh gambar.<sup>10</sup> Berpikir dalam gambar karakteristik ini berhubungan dengan karakteristik yang pertama karena seseorang yang membuat berita haruslah berpikir dan berusaha bagaimana mendapatkan gambar yang sesuai dengan berita yang ia buat. Ada dua tahap dalam proses berpikir dalam gambar yaitu visualisasi atau menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual seperti pengarang harus menunjukkan objek-objek tertentu sehingga menjadi gambar yang jelas dan menyajikan sedemikian rupa sehingga mengandung makna yang jelas, yang kedua yaitu penggambaran yang menggabungkan dan merangkai gambar-gambar individu sehingga mengandung makna tertentu.<sup>11</sup>

Karakteristik yang terakhir adalah pengoperasiannya lebih kompleks. Dibandingkan radio televisi merupakan media massa yang pengoperasiannya lebih kompleks serta melibatkan banyak orang dan alat-alat yang lebih banyak pula.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup>Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, h. 137.

<sup>11</sup>Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, h. 139.

<sup>12</sup>Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, h. 139.



**Tabel 2.1**  
**Keunggulan dan Kelemahan Televisi dibandingkan dengan Media Massa lainnya**

No	Keunggulan	Kelemahan
1	Sebagai media komunikasi, televisi memiliki kemampuan untuk mengakses hingga keruang pribadi.	Biaya produksi yang besar.
2	Perpaduan antara audio dan visual mampu menarik perhatian khalayak, sehingga memberikan pengaruh yang kuat terhadap perubahan perilaku dalam diri pemirsanya.	Audiens/khalayak tidak selektif
3	Televisi mampu menjangkau banyak orang	Kesulitan teknik.
4	Dapat mempengaruhi khalayak dengan audio dan visual secara serentak dalam waktu bersamaan di tempat yang berbeda.	Program tidak dapat diulang sesuai kebutuhan
5		Banyaknya gangguan teknis seperti gambar yang tidak jelas.

Kebebasan media massa ini membuat jumlah stasiun penyiaran pertelevisian diperkirakan akan terus bertambah seiring dengan pertambahan kebutuhan masyarakat terhadap siaran televisi. Berbagai stasiun televisi baik yang berskala nasional ataupun lokal bersaing satu sama lainnya untuk menarik sebanyak-banyaknya perhatian penonton.

Televisi dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tapi tidak menguasai waktu artinya siaran dari televisi dapat diterima di mana saja dalam

jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu).<sup>13</sup>

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh stasiun televisi dalam menayangkan sebuah acara yaitu pemirsa atau khalayak yang menonton apakah program acara ini dibuat untuk remaja atau kah ibu rumah tangga.<sup>14</sup> Setelah mengetahui siapa sasaran khalayaknya bagian televisi haruslah mempertimbangkan waktu penayangan yang tepat agar program acara ini ditonton seperti jam sepuluh pagi untuk acara ibu rumah tangga karena pada jam tersebut waktunya ibu rumah tangga beristirahat dari kegiatan membersihkan rumah.<sup>15</sup> Durasi yaitu jumlah menit dalam setiap program acara yang ditayangkan dan metode penyiaran karena khalayak sekarang lebihmengetahui televisi sebagai alat yang menyajikan hiburan ketimbang alat yang digunakan dalam mendapatkan informasi tetapi fungsi mendidik dan membujuk tidak dapat diabaikan.<sup>16</sup>

## **B. Motivasi Menonton Televisi**

Motivasi adalah daya dorong yang mengakibatkan seseorang mau dan rela untuk mengerahkan kemampuannya dalam bentuk keahlian dan keterampilan tenaga dan waktunya, untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawab dan menunaikan kewajibannya dalam rangka mencapai tujuan dan berbagai sasaran yang telah ditentukan.<sup>17</sup>

Menurut Thorn Burg, motif merupakan sesuatu yang menggerakkan tingkah laku, selain itu motif memberikan arah bagi tingkah laku, motif juga dapat

---

<sup>13</sup>Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Rregulasi* (Jakarta Kencana, 2011), h. 43.

<sup>14</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, h. 140.

<sup>15</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, h. 140.

<sup>16</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, h. 142.

<sup>17</sup> Sondang P. Siagian, *Teori Motivasi dan Organisas*(Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 138.

menimbulkan intensitas dalam bertindak, serta merupakan kunci pemuas kebutuhan.

<sup>18</sup> Motif dapat timbul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi, individu merespon kebutuhan tersebut dengan bertindak laku, bertindak untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui penggunaan media. Kebutuhan-kebutuhan(*needs*) inilah yang menyebabkan timbulnya motif yang mendorong aktifitas individu menggunakan media tertentu, individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong oleh sejumlah motif yang memengaruhinya.

Motif adalah pengertian yang melingkupi seluruh penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan individu berbuat sesuatu. Menurut McQuail motif meliputi: <sup>19</sup>

1. Motif Kognitif, yaitu kebutuhan akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat tertentu yang diinginkan
2. Motif identitas pribadi, yaitu kebutuhan menggunakan media isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri
3. Motif interaksi dan integrasi sosial
4. Motif hiburan, yaitu kebutuhan akan pelepasan diri dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan.

Maka pada dasarnya motif itu timbul karena adanya kebutuhan. Dari berbagai kebutuhan muncul teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa, khalayak adalah pihak yang aktif menggunakan media tertentu untuk memenuhi

---

<sup>18</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984), h. 34-35.

<sup>19</sup> McQuail denis, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 35.

kebutuhannya.<sup>20</sup> Motif kognitif, adalah motif yang mendasari penonton dalam membutuhkan informasi mengenai peristiwa dan kondisi berkaitan dengan lingkungan sekitar. Mendapatkan pengetahuan tentang hal-hal yang ada atau terjadi disekitar mereka. Penonton ingin memuaskan rasa ingin tahu dan mengetahui minat umum. Keinginan untuk belajar atau biasa juga untuk pendidikan diri sendiri, dan untuk memperoleh rasa aman serta memupuk empati melalui penambahan pengetahuan dan informasi.<sup>21</sup>

Riset yang lebih mutakhir dilakukan oleh Dennis McQuail dan kawan-kawan, mereka menemukan empat tipologi motivasi khalayak yang terangkum dalam skema interaksi dengan media sebagai berikut: *Diversion* yaitu melepaskan diri dari rutinitas, masalah dan sarana pelepasan emosi. *Personal Relationship* yaitu persahabatan dan hasrat akan penerimaan sosial. *Personal identity* yaitu referensi diri, eksplorasi realitas, penguatan nilai. *Surveillance* bentuk-bentuk pencarian informasi.<sup>22</sup>

Motif identitas personal (*personal identity*) adalah motif yang mendasari penonton untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasikan diri dalam nilai-nilai lain, meningkatkan pemahaman tentang diri-sendiri. Motif integrasi dan interaksi sosial (*personal relationship*) adalah motif yang mendasari penonton untuk memenuhi kebutuhan tentang bagaimana mereka berhubungan dengan lingkungan sekitar mereka, bagaimana mereka bergaul dan berinteraksi dengan masyarakat. Hal ini biasa saja terjadi pada saat menonton siaran televisi penonton akan lebih peduli dengan lingkungan sekitarnya dan

---

<sup>20</sup>Elviarno Ardianto dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Cet. III; Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h.73.

<sup>21</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 205.

<sup>22</sup> Gerungan, WA, *Psikologi Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2000), h. 140.

menjadikan interaksi sosial dengan masyarakat menjadi lebih baik. Motif diversifikasi (*diversion*) adalah motif yang mendasari penonton untuk melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa, penyaluran emosi, dan mengisi waktu. Jadi dapat disimpulkan bahwa individu menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu. Artinya, individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan penggunaan media karena didorong oleh sejumlah motif yang memengaruhinya.

McQuail merumuskan motif serta motivasi menonton dalam menggunakan media massa yaitu:<sup>23</sup>

#### 1. Informasi

Motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk:

- a. Mencari berita tentang kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.
- b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- d. Belajar, pendidikan diri sendiri.
- e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

#### 2. Identitas Pribadi

Motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk:

- a. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi
- b. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media)
- c. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri

---

<sup>23</sup>Dennis McQuail, *Teori komunikasi massa: Suatu Pengantar*. h. 338.

### 3. Integrasi dan interaksi sosial

Motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk:

- a. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial
- b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki
- c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial
- d. Membantu menjalankan peran sosial
- e. Memungkinkan seseorang untuk menghubungi sanak keluarga, teman dan masyarakat

### 4. Hiburan

Motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk:

- a. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan
- b. Bersantai
- c. Memperoleh kenikmatan jiwa
- d. Mengisi waktu
- e. Penyaluran emosi

Berdasarkan uraian di atas maka motivasi adalah faktor yang menyebabkan individu bertindak laku dan bersikap tertentu, serta apa yang menyebabkan mereka melakukan sesuatu pekerjaan atau aktivitas dalam hal ini penggunaan media massa yaitu televisi. Setiap individu mempunyai kebutuhan yang ada di dalam dirinya (*inner needs*) yang menyebabkan mereka didorong, ditekan atau dimotivasi untuk memenuhinya. Kebutuhan tertentu yang mereka rasakan akan menentukan tindakan yang mereka lakukan dan menimbulkan persepsi. Dalam motivasi ada tiga komponen penting yaitu kebutuhan, dorongan, dan tujuan.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup>Sondang P. Siagian, *Teori Motivasi dan Organisasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 142.

Seperti yang diterangkan oleh Fred Luthans motivasi terdiri dari tiga unsur yaitu kebutuhan (*need*), dorongan (*drive*), dan tujuan (*goals*).<sup>25</sup> Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda begitupula dengan keinginan dan dorongan sehingga menyebabkan seseorang berusaha mencapai tujuan baik sadar maupun tidak sadar. Dorongan ini pula yang menyebabkan seseorang berperilaku yang dapat mengendalikan kegiatan-kegiatan dan menetapkan arah mana yang ditempuh oleh seseorang.

### C. *Persepsi*

Menurut Brian Fellows beranggapan bahwa persepsi merupakan proses suatu organisasi/kelompok menerima dan menganalisis informasi.<sup>26</sup>

Persepsi oleh Lahlry didefinisikan sebagai sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data sensoris sampai kepada kita melalui lima indra manusia<sup>27</sup>

Menurut Desiderato persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli indrawi.<sup>28</sup>

Joseph A, Devito persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang memengaruhi indra manusia<sup>29</sup>

---

<sup>25</sup>Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta : Raja Grafindo Persada 2009), h. 207.

<sup>26</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2008), h. 180.

<sup>27</sup>Werner J. Severin dan James W. Tankard. J, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa* (Vol. 5, Cet. II; Jakarta: Kencana, 2007), h. 83.

<sup>28</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung Rosdakarya, 2005), h. 51.

<sup>29</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h. 180.

Persepsi adalah inti dari komunikasi karena jika persepsi kurang akurat, komunikasi tidak dapat berlangsung dengan efektif. Hal itu karena persepsi yang menentukan mana pesan yang diterima atau pesan yang diabaikan. Istilah persepsi sering juga disebut sebagai pandangan, gambaran atau anggapan. Sebab dalam persepsi terdapat tanggapan seseorang mengenai satu hal atau objek.

### 1. Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi

Dalam proses persepsi, banyak rangsangan yang melalui panca indra. Namun tidak semua rangsangan tersebut mempunyai daya tarik yang sama. Masing-masing individu mempersepsikan sesuatu dengan cara yang berbeda berdasarkan latar belakang, pengalaman, budaya, dan suasana psikologis.<sup>30</sup>

Menurut Rhenald Kasali persepsi ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut:<sup>31</sup>

#### a. Latar Belakang Budaya

Persepsi itu terikat oleh budaya. Bagaimana kita memaknai suatu pesan, objek atau lingkungan bergantung pada sistem nilai yang kita anut. Semakin besar perbedaan budaya antara dua orang semakin besar pula perbedaan persepsi mereka terhadap suatu realitas. Oleh karena itu tidak ada dua orang yang mempunyai nilai-nilai budaya yang sama persis, maka tidak ada dua orang yang mempunyai persepsi yang sama pula. Menurut Larry A Samovar dan Richard E Porter mengemukakan enam unsur budaya yang secara langsung memengaruhi persepsi ketika berkomunikasi dengan orang dari budaya lain, yakni kepercayaan (*beliefs*) dan sikap

---

<sup>30</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 52.

<sup>31</sup>Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Garfity, 2007), h. 23.



(*attitudes*), pandangan duniawi (*worldview*), organisasi sosial (*social organization*), tabiat manusia (*human natura*), orientasi kegiatan (*activity orientation*), serta persepsi tentang diri orang lain (*perception of self and others*).<sup>32</sup>

b. Pengalaman Masa Lalu

Khalayak atau *audience* umumnya pernah memiliki suatu pengalaman tertentu atas objek yang dibicarakan. Makin intensif hubungan antara objek tersebut dengan individu, maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh individu atau khalayak tersebut. Pengalaman masa lalu ini biasanya diperkuat oleh beritadan kejadian yang melanda objek.<sup>33</sup>

c. Nilai-nilai yang dianut

Nilai adalah komponen dari kepercayaan yang dianut mencakup kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan. Nilai bersifat normatif memberitahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, apa yang harus diperjuangkan dan lain sebagainya. Nilai bersumber dari isu filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya, oleh karenanya nilai bersifat stabil dan sulit untuk berubah.<sup>34</sup>

d. Berita-berita yang berkembang

Berita-berita yang berkembang melalui media massa maupun informasi dari orang lain juga dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Berita yang

---

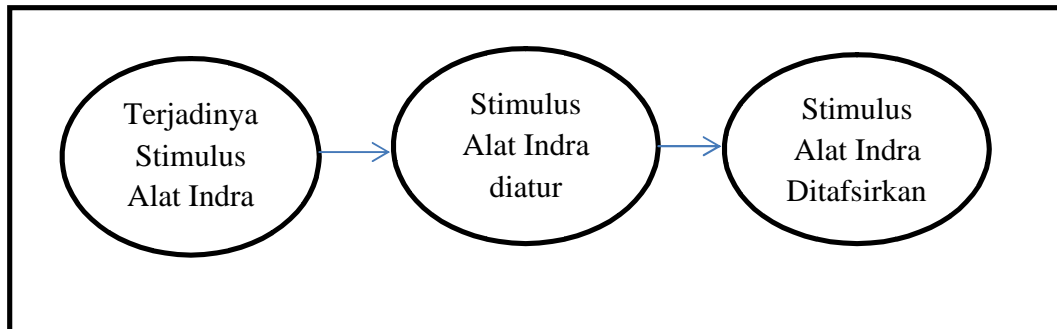
<sup>32</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Cet. II; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 197.

<sup>33</sup>Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Garfity, 2007), h. 21.

<sup>34</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Cet. II; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 198.

berkembang merupakan salah satu bentuk rangsangan yang dapat menarik perhatian khalayak.

## 2. Proses Terbentuknya Persepsi



**Gambar 2.1** Proses Persepsi

**Sumber: Sutisna, Perilaku Konsumen dan Komunikasi pemasaran**

Proses pembentukan persepsi berasal dari stimuli seperti penglihatan, suara, bau. Kemudian stimuli yang diterima alat indra dilanjutkan ke otakproses ini dinamakan fisiologisdimana, proses terjadinya penerjemahan makna atau pemberian arti atau proses menyeleksi rangsangan yang diterima. Selanjutnya stimulus atau rangsangan yang diterima alat indra ditafsirkan atau menginterpretasikan pesan, proses ini adalah pemberian kesan pendapat atau tanggapan atas informasi yang diperoleh sehingga terjadilah proses persepsi.

Proses persepsi dibutuhkan untuk mengetahui sampai sejauhmana minat, persepsi, opini khalayak terhadap tayangan televisi. Silitonga serta Ashimu dan menyatakan bahwa ada 3 macam indikator persepsi khalayak tentang program siaran televisi yaitu unsur pesan dalam siaran (narasumber presenter dan talent), unsur materi siaran (tema cerita dan isi cerita), serta unsur penayangan (kualitas gambar dan

jam tayang). Masing-masing unsur yang menjadi indikator persepsi tersebut dapat dijabarkan secara lebih rinci dalam uraian sebagai berikut:

- a. kualitas tayangan program pemirsa pada umumnya berpersepsi baik terhadap program yang memiliki kualitas tayangan bagus, ada dua indikator kualitas tayangan, yaitu kualitas gambar dan penayangan.
- b. Kedua Unsur pesan dalam siaran ditentukan oleh tiga unsur yaitu presenter narasumber.
- c. Ketiga Unsur yang paling penting dalam siaran adalah unsur materi siaran. Materi siaran terdiri dari tema cerita dan isi cerita.<sup>35</sup>

Kualitas program siaran televisi dinilai khalayak dari berbagai kriteria. Berdasarkan dari beberapa hasil penelitian mengungkapkan bahwa kriteria penilaian khalayak dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a) Format Acara (Tipe/Jenis acara yang ditonton) Berdasarkan hasil penelitian Hadiyanto (2004) karakteristik program siaran televisi yang diminati oleh khalayak ialah program-program yang berisikan hiburan dan informasi. Program hiburan bertujuan untuk membuat perasaan khalayak senang dan gembira atas program hiburan yang ditontonnya, untuk sejenak melupakan masalah keluarga yang sedang dihadapi, dan sebagai sarana melepaskan ketegangan dan mengisi waktu senggang.
- b) Kualitas tayangan hasil penelitian Ashimu dan Clara menyatakan bahwa kualitas tayangan siaran televisi dilihat dari daya tarik program acara televisi yang banyak diminati oleh khalayak, salah satunya tayangan televisi lokal.

---

<sup>35</sup> Silitonga RS, "Perilaku Menonton dan Persepsi Mahasiswa terhadap Program Jelajah di Trans TV", *Skripsi* (Bogor : Fakultas Ekologi Manusia, 2009), h. x.

Ratarata khalayak setuju bahwa tayangan-tayangan dari kedua stasiun TV baik PALTV maupun Sriwijaya TV menyajikan program-program acara yang lebih mencerminkan etika dan budaya lokal, bernilai positif, tidak mengikuti pengaruh negatif dari budaya luar, aman serta layak untuk ditonton.

- c) Presenter Silitonga menyatakan bahwa presenter merupakan orang yang memandu jalannya suatu program acara di televisi. Berdasarkan hasil penelitiannya tersebut, faktor yang paling mendukung baik atau tidaknya suatu program adalah dengan kehadiran presenter, baik yang dilihat dari penampilan fisik maupun keahlian mereka dalam membawakan acara tersebut agar disukai oleh penonton. Selain itu, hasil penelitian Kusumah juga menyatakan bahwa presenter atau pembaca berita pada program acara *Dinamika Bogor* dinilai memiliki keahlian pembaca berita yang baik, dapat dimengerti oleh masyarakat Bogor dan dalam program acara *Sunda Bogor*, presenter acara tersebut dinilai membawakan acara dengan menarik serta humoris.
- d) Materi Siaran Khalayak dalam memilih program siaran televisi selalu memperhatikan materi siaran (tema dan isi cerita) yang akan dipilih, dan materi siaran tersebut harus sesuai dengan kebutuhan khalayak.

#### **D. Hubungan Motivasi Menonton dengan Persepsi**

Hubungan yang dimaksud adalah korelasi. Kata “korelasi” berasal dari bahasa Inggris yaitu *correlation*. Dalam bahasa Indonesia sering diterjemahkan dengan “hubungan atau saling hubungan”, atau hubungan timbal balik.<sup>36</sup> Dalam ilmu statistik istilah “korelasi” adalah hubungan dua variabel atau lebih.<sup>37</sup> Dalam penelitian ini,

---

<sup>36</sup> Anas Sudjiono, *Pengantar Statistika Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo, 2003), h. 167.

<sup>37</sup> Anas Sudjiono, *Pengantar Statistika Pendidikan*. h. 167.

variabel motivasi masyarakat menonton disebut *independent variable* siaran NET TV Sul Sel yaitu variabel yang memengaruhi. Sedangkan persepsi masyarakat Kelurahan Bontoramba RT 06 RW 02 terhadap siaran NET TV Sul Sel disebut *dependent variable* yaitu variabel yang dipengaruhi.

Adapun yang dimaksudkan peneliti adalah munculnya anggapan positif ataupun negatif yang muncul karena adanya suatu perhatian dan pemahaman terhadap tayangan siaran NET TV Sul Sel.

Motivasi merupakan mencakup seluruh penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia, yang menyebabkan individu berbuat sesuatu dalam hal ini menonton televisi. Adapun motivasi menggunakan media yaitu motif informasi, identitas pribadi, interaksi sosial dan hiburan. Maka motivasi adalah faktor yang menyebabkan individu bertindak laku, bersikap tertentu serta apa yang menyebabkan individu melakukan aktivitas dalam hal ini menggunakan media massa karena untuk memenuhi suatu kebutuhan misalnya informasi. Masing-masing individu mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda, sama halnya dalam menanggapi atau mempersepsikan suatu hal.

#### **E. *Pandangan Islam dalam Hal Menonton Televisi***

Persepsi menonton dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu seleksi (rangsangan yang diperoleh dari panca indra), organisasi (mengatur rangsangan) dan interpretasi yang merupakan pemberian makna/arti setelah itu terciptalah persepsi.

Sehingga adanya dorongan atau motivasi menonton inilah dapat memengaruhi suatu individu atau masyarakat mempersepsikan atas informasi yang diterima melalui suatu media. Dengan alat indra manusia akan mengenali lingkungannya tersebut, dari

apa yang disaksikan secara langsung ataupun melalui media misalnya televisi. Hal ini dijelaskan dalam QS. Al-Isra /17:36 :<sup>38</sup>

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾

Terjemahanya:

Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya.

Sayyid Quthub dalam M. Quraish Shihab menyebutkan bahwa, ayat ini dengan kalimat-kalimatnya yang sedemikian singkat telah menegaskan sistem yang sempurna bagi hati dan akal, mencakup metode ilmiah yang baru saja dikenal oleh manusia, bahkan ayat ini menambah sesuatu yang berkaitan dengan hati manusia dan pengawasan Allah SWT . Kehati-hatian dan upaya pembuktian terhadap semua berita, semua gerak, sebelum memutuskan itulah ajakan Al-Qur'an.

Para ulama menegaskan bahwa apa-apa yang tersirat dalam hati, bermacam-macam dan bertingkat-tingkat. Ada yang dinamai *bājis* yaitu sesuatu yang terlintas dalam pikiran secara spontan dan berakhir seketika. Selanjutnya *khātibir*, yakni yang terlintas dan kemudian berhenti. Tingkat ketiga adalah apa yang dinamai *badits nafs*, yakni bisikan-bisikan hati yang dari saat muncul bergejolak. Peringkat yang lebih tinggi adalah *hāmm*, yaitu kehendak melakukan sesuatu sambil memikirkan cara-cara pencapaiannya.<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahanya* (Surakarta: Indiva Media Kreasi, 2013), h. 429.

<sup>39</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah; Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Vol. 7 (Jakarta; Lentera Hati, 2002), h. 472.

Walaupun pada dasarnya televisi (secara dzat) itu diperbolehkan, namun harus pula diperhatikan hal-hal yang bermanfaat atau tidak. Apabila televisi tersebut digunakan untuk perkara yang bermanfaat seperti penyebaran ilmu pengetahuan maka hukumnya adalah diperbolehkan. Akan tetapi apabila televisi tersebut digunakan untuk menyebarkan kekafiran, kemaksiatan atau segala sesuatu yang menyelisihi syariat maka hukumnya berubah menjadi sesuatu yang dilarang. Dengan demikian hukum televisi tergantung dari pemakainya. Serta selalu mengingat bahwa segala pendengaran, penglihatan dan hatinya semuanya akan dimintai pertanggung jawabannya kelak nanti.

#### **F. *Kerangka Konseptual***

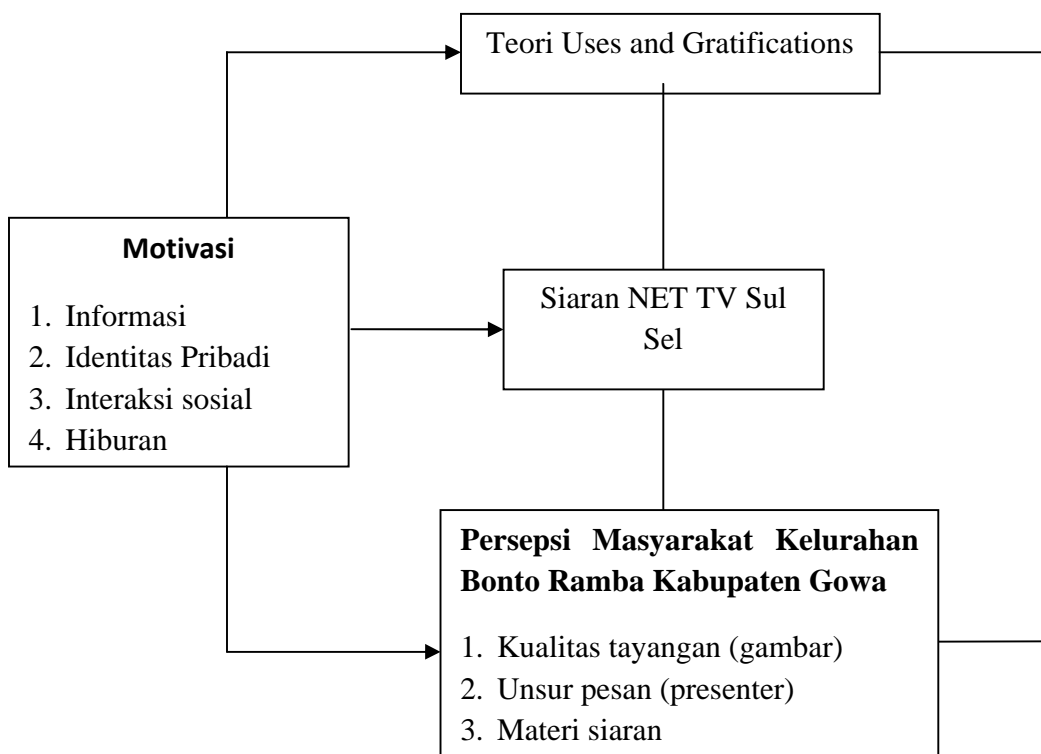
Setiap penelitian menentukan kejelasan atau landasan berpikir dalam memecahkan masalah yang akan diteliti. Penyusun kerangka pemikiran untuk menyajikan pokok-pokok pikiran yang menggambarkan aspek-aspek yang akan diteliti.

Televisi sebagai salah satu sumber informasi yang kompleks cenderung memiliki khalayak yang lebih banyak dibanding dengan media massa lain seperti media cetak. Stasiun televisi NET TV Sul Sel merupakan stasiun televisi dengan konsep penyiaran beragam informasi diantaranya yaitu berita cakrawala, cakrawala musik, lingkaran kreatif, bukan perempuan biasa dan lain-lain.

Motivasi menonton televisi dipengaruhi oleh beberapa motif yaitu kebutuhan akan informasi, identitas pribadi, interaksi dan integrasi sosial serta hiburan. Masyarakat yang menyaksikan sajian informasi dari stasiun televisi NET TV Sul Sel, akan memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap setiap informasi yang dilihatnya. Menonton televisi merupakan suatu tindakan karena adanya dorongan dari

dalam diri masyarakat untuk memperoleh informasi. Secara umum, motivasi masyarakat menonton televisi berdasarkan keyakinan terhadap siaran yang dianggap akan memenuhi kebutuhannya (*uses and gratifications*).

Masyarakat bebas menentukan siaran apa saja yang ingin dilihatnya. Penelitian ini ditujukan pada masyarakat lingkungan Kelurahan Bonto Ramba RT 06 RW 02 Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Untuk lebih jelasnya kerangka pemikiran secara operasional dari penelitian digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.2: Kerangka Pemikiran Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran NET TV Sul Sel**



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Secara garis besar penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi.<sup>1</sup> Pada pelaksanaan survei digunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok yang kemudian akan diolah dan dianalisa.

##### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kelurahan Bontoramba Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Pemilihan lokasi penelitian secara sengaja dengan pertimbangan bahwa masyarakat Kelurahan Bontoramba merupakan masyarakat yang aktif dalam menonton televisi yang menyediakan berbagai hiburan seperti berita atau sinetron.

##### **C. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian menggunakan dua perspektif, yaitu pendekatan keilmuan atau pendekatan metodologis.<sup>2</sup> Sesuai dengan orientasi akademik dan kompetensi peneliti. Pendekatan keilmuan yang digunakan adalah teori komunikasi yang membahas tentang persepsi audiens/khalayak, teori *uses and gratifications*, yang berkaitan dengan siaran NET TV Sul-Sel. Sedangkan aspek metodologi yang

---

<sup>1</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 1.4

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah: Makalah, Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Laporan Penelitian* (Cet I; Makassar: Alauddin Press, 2013), h. 16.

dimaksud adalah penelitian kuantitatif yang berorientasi lapangan atau riset khalayak media.

#### **D. *Variabel Penelitian***

Variabel penelitian adalah gejala variabel yang bervariasi yaitu faktor-faktor yang dapat diubah-ubah ataupun dapat diubah untuk tujuan penelitian. Variabel penelitian perlu ditentukan dan dijelaskan agar alur hubungan dua atau lebih variabel dalam penelitian dapat dicari dan dianalisis.<sup>3</sup> Sesuai dengan hipotesis yang diajukan maka peneliti membuat variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel X: Motivasi menonton televisi
2. Variabel Y: Persepsi masyarakat terhadap siaran NET TV Sul Sel

#### **E. *Populasi dan Sampel***

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan gejala-gejala, nilai tes atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data di dalam penelitian. Populasi bukan hanya orang sebagai objek/subjek penelitian, tetapi dapat juga benda-benda alam lainnya, dan termasuk jumlah (kuantitas atau kualitas) tertentu yang ada pada objek/subjek yang diamati, bahkan seluruh karakteristik tertentu yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut yang akan diteliti.<sup>4</sup>

Populasi penelitian adalah masyarakat Kelurahan Bontoramba RT 06 RW 02 Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Dari data yang diperoleh dari kantor kelurahan setempat jumlah warga Kelurahan Somba Opu 4.077 jiwa, oleh karena itu

---

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet. V; Jakarta: Kencana, 2010), h. 93.

<sup>4</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Cet. V; Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 134

populasinya dikhususkan pada RT 06 RW 02 yaitu 276 orang dengan jumlah kepala keluarga 68 dan jumlah rumah 68.<sup>5</sup>

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil secara representatif atau mewakili populasi yang bersangkutan atau bagian kecil yang diamati. Dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan peneliti mengacu pada rumus Slovin sebagai berikut:<sup>6</sup>

$$n = \frac{N}{1 + \left( \frac{N \cdot e^2}{n} \right)}$$

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Rumus ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui banyak dan tidak memungkinkan diuji satu per satu karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana penelitian. Dalam menentukan sampel yang diperlukan, maka peneliti menggunakan perhitungan pengukuran dengan rumus slovin menetapkan presisi sebanyak 10% (0,01), pengukuran penetapan sampel dengan pengukuran sebagai berikut:

$$n = \frac{276}{1 + \left( \frac{276 \times 0,01^2}{n} \right)} = \frac{276}{1 + 276 \times 0,01^2} = \frac{276}{2,77} = 99,6 = 100$$

---

<sup>5</sup> Dokumen Kelurahan Bonto Ramba Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa

<sup>6</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet. V; Jakarta: Kencana, 2010), h. 258

Dari pengukuran di atas maka didapatkan ukuran sampel yang diperlukan sebanyak 100 orang dari jumlah populasi 276 orang.

#### **F. Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data khusus responden atau data primer dan data umum atau data sekunder.

langkah pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Data Primer: Kuesioner, yaitu dengan memberikan sejumlah pertanyaan dan pernyataan kepada responden yang terpilih ini untuk menjadi sampel.

Data Sekunder :

1. Observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung suatu objek yang akan diteliti.<sup>7</sup>
2. Studi kepustakaan, yaitu untuk memperoleh data yang bersifat teoritis, informasi tertulis dan sistematis dari beberapa ahli yang dapat memperluas wawasan berpikir yang mendukung terhadap teori-teori yang ada, umumnya sumber yang dipakai adalah buku-buku.
3. Studi dokumentasi, yaitu untuk memperoleh data dengan jalan meneliti dan mempelajari dokumen-dokumen dan berbagai catatan-catatan yang ada kaitannya dengan masalah, umumnya sumber yang dipakai adalah dokumen-dokumen atau catatan-catatan di kantor.

#### **G. Instrumen Penelitian**

Bagian ini menjelaskan tentang alat pengumpulan data untuk penelitian yang peneliti ingin dapatkan dari tempat penelitian. Dan adapun alat-alat yang peneliti

---

<sup>7</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet. V; Jakarta: Kencana, 2010), h. 134.

gunakan seperti pulpen, buku, penggaris, kertas HVS (houtvrij schrijfpapier) serta alat-alat lainnya yang digunakan dalam meneliti.

## H. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan korelasi sederhana yaitu korelasi *Pearson Product Momen*, dengan menggunakan aplikasi program SPSS windows 21. Hasil analisis dapat dilihat pada tampilan tabel berikut:

Correlations		X	Y
Motivasi	Pearson Correlation		
	Sig. (1-tailed)		
	N		
Persepsi	Pearson Correlation		
	Sig. (1-tailed)		
	N		

\*\* . Correlation is significant at the level (1-tailed).

- Apabila nilai sig < 0,05 maka ada hubungan antar dua variabel
- Apabila nilai sig > 0,05 maka tidak ada hubungan antar dua variabel<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Budi Susetyo, *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), h. 284.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Profil NET TV***

##### **1. Kondisi Geografis Kelurahan Bontoramba**

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 15 Septembaer sampai 15 oktober 2017 di Kelurahan Bontoramba Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan. Kelurahan ini terdiri dari 2 (dua) lingkungan dan 14 (empat belas) rukun tetangga(RT), yang mempunyai luas wilayah 220 Ha.

Penelitian dikhususkan pada lingkungan Galoggoro RT 06 RW 02. Kelurahan Bontoramba merupakan pecahan dari Kelurahan Tamarunang, yang berdiri pada tanggal 10 Oktober 1996 yang merupakan tindak lanjut dari Persetujuan Mendagri nomor 146.53/1846/PUOD tanggal 28 Juni 1996.<sup>1</sup>

Adapun batas wilayah Keluran Bontoramba sebagai berikut :

Sebelah Utara	: Kel.Tamarunang dan Mawang
Sebelah Selatan	: Sungai Je'neberang/ Kec. Pallangga
Sebelah Barat	: Kel. Tamarunang
Sebelah Timur	: Kel. Mawang dan Kel. Borongloe (Kec. Bontomarannu)

Kelurahan Bontoramba letaknya sangat strategis karena jaraknya antara pusat pemerintahan dari kecamatan Somba Opu hanya berjarak 4 km dan dari ibu kota Kabupaten berjarak 5 km serta berjarak 10 km dari propinsi. Sarana transportasi di wilayah ini ke ibu kota kecamatan dan kabupaten relatif tidak terlalu sulit karena hanya berjarak 3 km terdapat sarana transportasi angkutan umum.

---

<sup>1</sup>*Dokumentasi*, Kantor Lurah Bontoramba Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa, Tanggal 20 September, 2017.

Memiliki tempat yang strategis olehnya itu, akses informasi melalui media massa baik cetak maupun elektronik bukanlah hal yang sulit. Karena letaknya yang strategi masyarakat Galoggoro RT 06 RW 02 sangat mudah mendapatkan informasi yang aktual dan berimbang tentang apa yang terjadi disekitarnya.

Hal ini juga membuktikan bahwa masyarakat Galoggoro RT 06 RW 02 merupakan masyarakat yang cenderung mengkonsumsi media massa sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi, hiburan, pendidikan dan kontrol sosial seperti media televisi.

Keberadaan media massa ditengah kehadiran masyarakat dengan mudah dan cepat berkembang mengikuti kecanggihan teknologi, sehingga masyarakat Galoggoro RT 06 RW 02 merasakan adanya kemudahan mengakses informasi baik lokal, nasional maupun internasional.

## **2. Jumlah Penduduk Kelurahan Bontoramba**

Berdasarkan data administrasi pemerintah Kelurahan Bontoramba jumlah penduduk yang tercatat secara administrasi yakni berjumlah 4.499 jiwa pada tahun 2017. Jumlah penduduk Kelurahan Bontoramba terbagi atas dua lingkungan yaitu lingkungan Galoggoroyang membawahi 4 (empat) rukun warga (RW) dan sebanyak 8 (delapan)rukun tetangga (RT).

Sedangkan lingkungan Bontobaddo yang menaungi sebanyak 2 (dua) rukun warga (RW) dan sebanyak 6 (enam) jumlah Rukun Tetangga (RT). Berikut jumlah pengelompokan jumlah penduduk di Kelurahan Bontoramba.

**Tabel 4.1**  
**Komposisi Penduduk Kelurahan Bontoramba**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin ( Gender )**

No	Jenis Kelamin	Tahun 2017 (Jiwa)
1	Laki-Laki	2.200
2	Perempuan	2.299
Jumlah		4.499

Sumber : Data BPS Kelurahan Bontoramba, 2017

**Tabel 4.2**  
**Jumlah Kepala Keluarga Kelurahan Bontoramba**

Jumlah Kepala Keluarga	KK
Keluarga Prasejahtera	169
Keluarga Sejahtera I	486
Keluarga Sejahtera II	293
Keluarga Sejahtera III	117
Keluarga Sejahtera III Plus	7
Jumlah KK keseluruhan 1.072	

Sumber : Data BPS Kelurahan Bontoramba, 2017

Pada Tabel di atas dapat dilihat bahwa, Kelurahan Bontoramba terbagi atas dua lingkungan yaitu lingkungan Galoggoro dan Lingkungan Bontobaddo. Penelitian difokuskan pada lingkungan Galoggoro tepatnya RT 06 RW 02 jumlah populasi yaitu 276 orang dengan jumlah kepala keluarga 68 dan jumlah rumah 68 dari diambil dari jumlah penduduk secara keseluruhan 4.499 jiwa. Jumlah penduduk tersebut dapat berubah dapat berubah setiap saat karena adanya kematian, kelahiran dan migrasi.



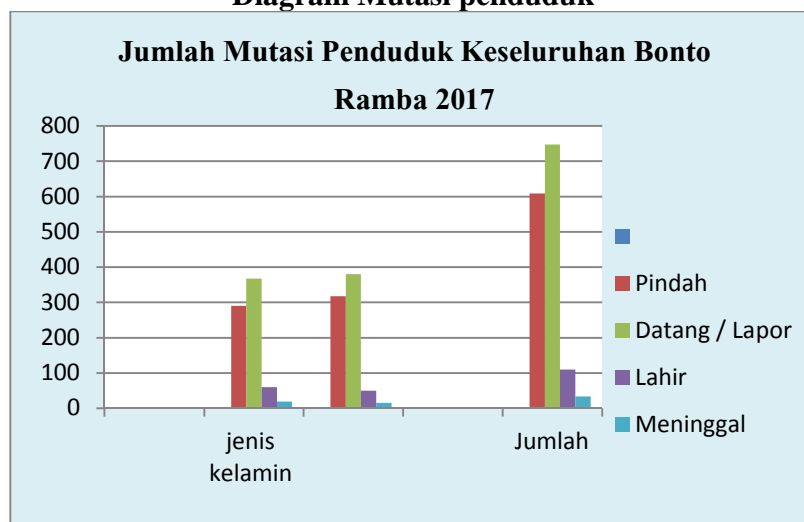
Berdasarkan jumlah tersebut, dapat dilihat pada tabel dan diagram pembagian jumlah mutasi penduduk dan berdasarkan usia sebagai berikut.

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Mutasi Penduduk Kelurahan Bontoramba**

No	Jenis Mutasi	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Pindah	291	317	608
2	Datang / Lapor	367	380	747
3	Lahir	60	50	110
4	Meninggal	19	15	34

Sumber : Data BPS Kelurahan BontoRamba, 2017

**Gambar 4.1**  
**Diagram Mutasi penduduk**

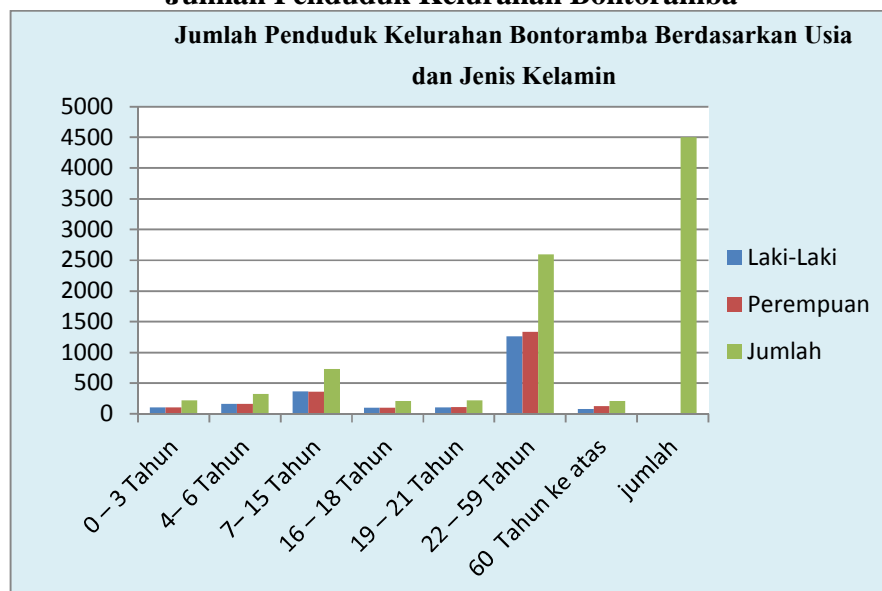


**Tabel 4.4**  
**Jumlah Penduduk Kelurahan Bontoramba Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin**

No	Kelompok Usia	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	0 – 3 Tahun	107	109	216
2	4– 6 Tahun	162	164	326
3	7– 15 Tahun	366	362	728
4	16 – 18 Tahun	102	104	206
5	19 – 21 Tahun	106	111	217
6	22 – 59 Tahun	1.265	1.331	2.596
7	60 Tahun ke atas	83	127	210
J u m l a h				4.499

Sumber : Data BPS Kelurahan BontoRamba, 2017

**Gambar 4.2**  
**Jumlah Penduduk Kelurahan Bontoramba**



Peneliti sengaja memilih berdasarkan kelompok umur 12-50 dengan asumsi bahwa masyarakat tersebut memiliki kompetensi komunikasi yang dianggap bisa memberikan informasi-informasi valid terhadap penelitian ini.

Masyarakat berusia dibawah 12 tahun atau diatas 50 tahun dianggap tidak mampu atau sudah tidak bisa berkomunikasi dengan baik sehingga peneliti menghindari hal-hal yang dapat menyebabkan *miss communication* dan lain sebagainya.

### **3. Tingkat Pendidikan Penduduk di Kelurahan Bontoramba**

Sumber daya manusia merupakan salah satu potensi yang sangat esensial dalam melaksanakan pembangunan. Selain itu, terwujudnya masyarakat yang semakin sejahtera dapat diperoleh melalui tingkat pendidikan. Berdasarkan data, bahwa sarana dan prasarana pendidikan di Kelurahan Bontoramba terbilang lengkap.

Secara umum, tingkat pendidikan masyarakat Kelurahan Bontoramba sudah baik. Dilihatnya banyaknya fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pemerintah seperti terdapat 3 bangunan Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Atas (SMA). Tingkat pendidikan yang baik memiliki pengaruh yang baik pula terhadap daya penggunaan media massa oleh masyarakat karena cenderung membutuhkan informasi-informasi yang mereka butuhkan menunjang atau menjalankan aktifitas

Walaupun pendidikan di Kelurahan Bontoramba Kecamatan Somba Opu dapat dikatakan maju, dimana sarana dan prasarana pendidikan cukup memadai, akan tetapi perlu tetap mendapatkan perhatian yang terus menerus, sehingga perkembangan sarana dan prasarana pendidikan dapat berjalan seiring dengan tingkat perkembangan penduduk di Kecamatan Somba Opu. Untuk mengetahui sarana pendidikan di Kelurahan Bontoramba dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Jumlah Sekolah, Perguruan Tinggi dan Lembaga Pendidikan Formal di**  
**Kelurahan Bontoramba**

No	Tingkat Pendidikan	T a h u n		
		2015	2016	2017
01.	SD	3	3	3
02.	SLTP	-	-	-
03.	SLTA/MA	1	1	1
04.	Perguruan Tinggi	-	-	-
J u m l a h		4	4	4

Sumber : Data BPS Kelurahan BontoRamba 2017

Tersedianya sarana dan prasarana pendidikan menumbuhkan tingkat kesadaran masyarakat tentang pendidikan sudah sangat bagus, dan akses transportasi antar kota juga mudah.

Tingkat pendidikan yang baik memiliki pengaruh yang baik pula terhadap daya penggunaan media massa oleh masyarakat karena cenderung membutuhkan informasi-informasi yang mereka butuhkan menunjang atau menjalankan aktifitas.

Pendidikan yang tinggi cenderung ditempuh oleh generasi-generasi muda Bontoramba berkat dari dorongan orang tua dan pihak-pihak tertentu tentang pentingnya pendidikan. Disisi lain, masih ada beberapa masyarakat yang putus sekolah atau tingkat pendidikannya rendah yang di tempuh hanya sampai pendidikan Sekolah Dasar (SD) atau Sekolah Menengah Pertama (SMP).

#### **4. Mata Pencaharian Kelurahan Bontoramba**

Kelurahan Bontoramba Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa, mempunyai luas wilayah sekitar 220 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 2 (dua) Lingkungan, yaitu Lingkungan Galoggoro membawahi 4(empat) RW dan 8 (delapan) RT, sedangkan Lingkungan

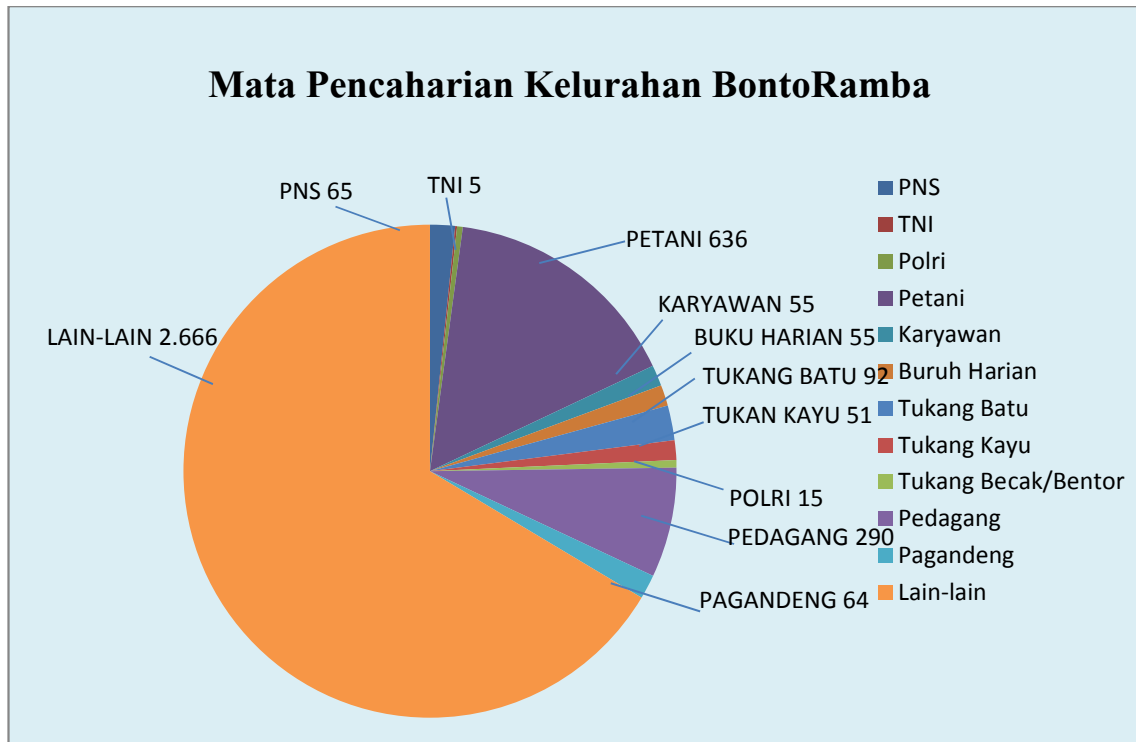
Bontobaddo membawahi 2 (dua) RW dan 6 (enam) RT. Memiliki fisiografis yang terdiri dari 100 % dataran rendah.

Iklim Kelurahan terletak di lintang khatulistiwa yang mempunyai 2 (dua) musim yaitu, Musim kemarau antara bulan April sampai dengan bulan September Musim penghujan antara bulan Oktober sampai dengan bulan Maret.

Melalui topografi Kelurahan Bontoramba merupakan dataran rendah dengan ketinggian lebih kurang 2 (dua) meter di atas permukaan laut dengan curah hujan 114 hari sebanyak 2000-3000 mm/tahun dengan suhu berkisar 30°C sampai 32°C. Tekanan udara terendah 1.0102 MBS dan tertinggi 1.01037 MBS serta kelembaban udara rata-rata antara 61.5 sampai dengan 91.5.

Ditinjau dari aspek mata pencaharian masyarakat Kelurahan Bontoramba dahulunya sebagian besar bergerak di sektor pertanian karena lahan persawahan cukup memadai. Namun karena perkembangan perekonomian dan pembangunan yang pesat, maka masyarakat juga banyak yang beralih profesi ataupun menjadikannya pekerjaan sampingan dengan semakin berkurangnya lahan-lahan pertanian akibat pembangunan. Kondisi mata pencaharian masyarakat Kelurahan Bontoramba dapat dilihat pada tabel dan diagram dibawah ini:

**Gambar 4.3 Mata Pencaharian Kelurahan Bontoramba**



Mata pencaharian masyarakat Kelurahan Bontoramba jika dilihat dari pada diagram di atas cukup beragam. Jika dilihat pada katagori mata pencarian “lain-lain” berdasarkan informasi dari pejabat kelurahan, mata pencariannya cukup beragam dan adapun masyarakat yang memiliki pekerjaan tidak tetap antara lain yang dimaksud seperti jasa transportasi, wirausaha dan lain-lain.

### **5. *Profil NET TV***

#### **Profil PT. Net Mediatama Indonesia (NET TV)**

Nama Usaha : PT. Net Mediatama Indonesia (NET. TV)

Tahun Berdiri : 18 Mei 2013

Alamat : Jl. Lingkar Mega Kuningan Kav. E 3.2 no.1 lantai 27-30 Kuningan Timur, Jakarta Selatan.



**Gambar 4.4 Logo NET TV**

#### **Sejarah Singkat NET TV**

NET. Televisi Masa Kini merupakan salah satu alternatif tontonan hiburan layar kaca. NET hadir dengan format dan konten program yang berbeda dengan stasiun TV lain. Sesuai perkembangan teknologi informasi, NET. didirikan dengan semangat bahwa konten hiburan dan informasi di masa mendatang akan semakin terhubung, lebih memasyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi, dan lebih mudah diakses. Karenaitulah sejak awal NET muncul dengan konsep multiplatform, sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET. Secara tidak terbatas, kapan pun, dan di mana pun. Materi acara, tayangan NET. Berbeda dengan tayangan televisi lain. Sesuai semangatnya, tayangan berita NET, wajib menghibur dan sebaliknya,

tayangan hiburan NET harus mengandung fakta, bukan rumor atau gosip. Secara tampilan NET muncul dengan gambar yang lebih tajam dan warna yang lebih cerah. NET secara teknis menggunakan sistem full high definition (Full-HD) dari awal sampai akhir penayangan. NET adalah bagian dari kelompok usaha INDIKA GROUP. Meskipun bergerak di bidang usaha Energi & Sumberdaya di bawah bendera Indika Energy Tbk.

Pada tahun 2013 NET Televisi Masa Kini resmi mengudara pada tanggal 26 Mei 2013, setelah sebelumnya menjalani siaran percobaan sejak tanggal 18 Mei 2013. Grand launching NET diselenggarakan di Jakarta Convention Center, melalui sebuah pagelaran megah yang menghadirkan sederet nama pengisi acara terkenal dari tanah air dan mancanegara, termasuk Carly Rae Jepsen dan Taio Cruz. Beberapa program NET. langsung mendapat respon positif dari pemirsa, seperti “The Comment” dan “Sarah Sechan”.

Belum lama mengudara NET TV mendapat respon positif serta dibandingkan dengan TV swasta yang lain Karena, memang stasiun televisi tersebut lebih mengarah ke berita dan program sinetron, tidak sama dengan NET yang mengusung hiburan masa kini.<sup>2</sup>

#### 1. Kekuatan (Strength)

- a. Program NET TV untuk semua kalangan dari anak sampai orang tua
- b. Konten saluran dapat di akses dimana pun seperti youtube, website dan TV biasa
- c. Tayangan mendidik, tidak ada sinetron ataupun tayangan yang mengajarkan kekerasan

---

<sup>2</sup><http://www.netmedia.co.id.about>. Diakses pada tanggal 24 September, 2017.



- d. Banyak hiburan untuk remaja seperti music yang tanpa adanya jeda iklan yang lama.
- e. Orientasi untuk pendidikan Indonesia menyasar generasi masa yang akan datang.

## 2. Kelemahan (Weakness)

- a. Program kartun anak-anak kurang dan masih sedikit sekali
- b. Frekuensi jaringan belum sampai desa kecil karena belum merata
- c. Promosi dan iklan di tv kurang
- d. Kurang terkenal dibanding tv swasta terdahulu karena merupakan TV pendatang baru.

Siaran NET dapat mengakses live streaming melalui youtube.com/netmediatama, web [www.netmedia.co.id](http://www.netmedia.co.id) serta melalui aplikasi di iOS dan Android dengan memasukkan search keyword: Netmediatama Indonesia. Di tahun 2012 Founder NET Agus Lasmono dan Co-Founder Wishnutama Kusubandio bersepakat untuk membangun sebuah stasiun televisi baru di Indonesia, dengan konsep dan format yang berbeda dengan televisi yang ada saat itu di tanah air. Visinya, menjanjikan konten program yang kreatif, inspiratif, informatif, sekaligus menghibur.<sup>3</sup> Bahkan di usia yang belum genap setahun saat itu, NET telah dipercaya mengerjakan event sebesar APEC CEO Summit. Dari ini digital NET membuat terobosan dengan melakukan engagement langsung ke pemirsa, melalui beberapa alat pengukur yang terarah. Akun-akun sosial media NET pun diberdayakan optimal untuk mengurangi jarak antara program dengan pemirsa.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Dokumentasi, Kantor NET TV Sul Sel, Tanggal 17 September, 2017.

<sup>4</sup><https://repository.telkomuniversity.ac.id>. Diakses pada tanggal 17 September 2017.

### NET TV Sul Sel



**Gambar 4.4 Logo NET TV Sul Sel**

NET TV Sulawesi Selatan atau *News and Entertainment Television* adalah sebuah stasiun televisi swasta, terrestrial nasional yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013. NET TV Sulawesi Selatan dibawah naungan PT Cakrawala Adyswara Media Cakrawala memiliki dua jaringan RTV dan NET TV (16 Oktober 2014-sekarang). Daya pancar meliputi kota Makassar, Gowa, Takalar, Jeneponto, Maros, Pangkep, Barru.

Siaran lokal Cakrawala TV ditayangkan pada jam 06.00 hingga 07.00 pagi, selebihnya adalah siaran jaringan NET. Cakrawala TV mengudara pada frekuensi 57 UHF. Program lokal NET TV Sul Sel yaitu berita cakrawala, cakrawala musik, oase, napak tilas, lingkaran kreatif, warna warni kuliner dan bukan perempuan biasa. Kantor NET TV Sul Sel berada di Jl. Anggrek Raya No.11, Paropo, Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90231<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Dokumentasi, Kantor NET TV Sul Sel, Tanggal 17 September, 2017

## B. *Karakteristik Responden Penelitian*

### 1. Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin

Proses persepsi masyarakat Galogoro RT 06 RW 02 tentang siaran NET TV Sul Sel dengan indikator dibutuhkan untuk mengetahui sampai sejauh mana minat, persepsi, opini khalayak terhadap tayangan televisi. serta Ashimu Clara menyatakan bahwa ada 3 macam indikator persepsi khalayak tentang program siaran televisi yaitu unsur pesan dalam siaran (narasumber, presenter, dan talent), unsur materi siaran (tema cerita dan isi cerita), serta unsur penayangan (kualitas gambar dan jam tayang). Karakteristik dapat dilihat dari umur, jenis kelamin, dan jumlah kepemilikan televisi.

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin**

Kelompok usia	Jenis kelamin		Total	Persentase %
	Laki-laki	Perempuan		
12-20	7	12	19	19
21-30	16	17	33	33
31-40	12	15	27	27
41-50	10	11	21	21
50 keatas	-	-	-	
Total	45 (45%)	55 (55%)	100	100%

Sumber : Hasil olah data kuesioner, 2017

Berdasarkan tabel 4.6, maka dapat dilihat bahwa komposisi tingkat usia responden yang terbanyak adalah berada pada tingkat usia 21-30 yaitu sebanyak 33%, selanjutnya usia 31-40 sebanyak 27%, kemudian usia 12-20 sebanyak 19% dan yang paling rendah usia 41-50 keatas sebanyak 19 %.

## 2. Berdasarkan Kepemilikan Televisi

Kepemilikan televisi juga hal yang memengaruhi terbentuknya persepsi dan motivasi untuk menonton. Seluruh responden dalam penelitian ini memiliki televisi di rumahnya dengan jumlah yang berbeda. Semakin banyak jumlah televisi yang dimiliki setiap rumah, maka kebutuhan dan motivasi masyarakat juga berbeda-beda. Sebaliknya, jika hanya memiliki sebuah televisi, maka konsumsi program siaran televisi cenderung sama.

**Tabel 4.7**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Televisi**

Jumlah Televisi	Frekuensi	Persentase %
Satu buah	65	65
Dua buah	35	35
Lebih dari dua	-	-

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa responden penelitian ada beberapa yang memiliki jumlah televisi dari satu, dan dapat dikatakan masyarakat Beroanging RW 4 RT 1 pada umumnya memiliki televisi sebagai media penyedia kebutuhan baik sebagai kebutuhan informasi, hiburan, maupun untuk berinteraksi sosial. Sebanyak 65% memiliki satu televisi dan ada sekitar 35% responden yang memiliki dua televisi.

### **C. Motivasi Masyarakat Kelurahan Bontoramba Terhadap siaran NET TV Sulsel**

Motivasi adalah daya dorong yang mengakibatkan seseorang mau dan rela untuk mengerahkan kemampuannya dalam bentuk keahlian dan keterampilan tenaga dan waktunya untuk mencapai tujuan tertentu. Seorang individu menonton siaran

televisi sesuai dengan kebutuhannya, adapun motivasi menonton dalam menggunakan media massa yakni kebutuhan akan informasi, identitas pribadi, integrasi interaksi sosial dan hiburan.

### 1. Siaran NET TV Sul-Sel Sebagai Sarana Informasi

Informasi merupakan sesuatu pemberitahuan atau berita tentang sesuatu. Informasi merupakan unsur paling penting dalam suatu media massa begitu pula pada siaran televisi. Misalnya, mencari berita tentang kondisi yang berkaitan yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.

**Tabel 4.8**  
**Motivasi Masyarakat Menonton Siaran NET TV Sul Sel Berdasarkan motif Informasi**

Dengan adanya NET TV Sul Sel masyarakat mengetahui informasi yang ada di Sul Sel	Frekuensi	Persentase %
Sangat setuju	45	45
Setuju	19	19
Kurang setuju	20	20
Tidak setuju	11	11
Sangat tidak setuju	5	5
JUMLAH	100	100

Sumber : Hasil olah data kuesioner, 2017

Berdasarkan Tabel 4.8 mengenai motivasi masyarakat menonton siaran NET TV Sul-Sel jika dicermati sebanyak 45% sangat setuju bahwa dengan adanya siaran NET TV Sul Sel masyarakat mengetahui informasi yang ada di Sul Sel, sebanyak 19% mengatakan setuju bahwa dengan adanya siaran NET TV Sul Sel masyarakat mengetahui informasi yang ada di Sul Sel, 20% kurang setuju menyatakan adanya

siaran NET TV Sul Sel masyarakat mengetahui informasi yang ada di Sul Sel, 11% menyatakan tidak setuju bahwa dengan adanya siaran NET TV Sul Sel masyarakat mengetahui informasi yang ada di Sul Sel, 5% menyatakan sangat tidak setuju adanya siaran NET TV Sul Sel masyarakat mengetahui informasi yang ada di Sul Sel.

Data tersebut menunjukkan bahwa responden memilih jawaban paling banyak yaitu masyarakat sangat setuju bahwa dengan adanya siaran NET TV Sul Sel masyarakat mengetahui memberikan informasi yang ada di Sul Sel yaitu sebanyak 45% dari (45) responden.

## 2. Motif identitas personal (*personal identity*)

Motif yang mendasari penonton untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasikan diri dalam nilai-nilai lain, meningkatkan pemahaman tentang diri-sendiri.

**Tabel 4.9**  
**Motivasi Masyarakat Menonton Siaran NET TV Sul Sel Berdasarkan Motif Identitas Pribadi**

Dengan menonton siaran NET TV Sul Sel membantu mengidentifikasi perilaku anda	Frekuensi	Persentase %
Sangat setuju	20	20
Setuju	25	25
Kurang setuju	20	20
Tidak setuju	20	20
Sangat tidak setuju	15	15
<b>JUMLAH</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil olah data kuesioner, 2017

Berdasarkan Tabel 4.9 mengenai motivasi masyarakat menonton siaran NET TV Sul-Sel berdasar motif identitas pribadi jika dicermati sebanyak 20% sangat setuju bahwa dengan menonton siaran NET TV Sul Sel membantu mengidentifikasi perilaku individu, sebanyak 25% mengatakan setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel membantu mengidentifikasi bagaimana pribadi masing-masing individu, 20% kurang setuju menyatakan siaran NET TV Sul Sel membantu mengetahui bagaimana perilaku individu, 20% menyatakan tidak setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel membantu mengidentifikasi perilaku individu, 15% menyatakan sangat tidak setuju adanya siaran NET TV Sul Sel masyarakat dapat mengetahui identitas pribadinya dalam hal ini perilaku.

Data tersebut menunjukkan bahwa responden memilih jawaban paling banyak yaitu masyarakat setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel membantu masyarakat mengetahui atau mengidentifikasi perilaku masing masing individu yaitu sebanyak 25% dari (25) responden.

### **3. Motivasi Integrasi dan interaksi sosial**

Motif integrasi dan interaksi sosial (*personal relationship*) adalah motif yang mendasari penonton untuk memenuhi kebutuhan tentang bagaimana mereka berhubungan dengan lingkungan sekitar mereka, bagaimana mereka bergaul dan berinteraksi dengan masyarakat Integrasi dan interaksi sosial Motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial.

**Tabel 4.10**  
**Motivasi Masyarakat Menonton Siaran NET TV Sul Sel Berdasarkan Motif**  
**Identitas Pribadi**

Dengan menonton siaran NET TV Sul Sel membantu mengetahui keadaan orang lain	Frekuensi	Persentase %
Sangat setuju	50	50
Setuju	25	25
Kurang setuju	10	10
Tidak setuju	10	10
Sangat tidak setuju	5	5
JUMLAH	100	100

Sumber : Hasil olah data kuesioner, 2017

Berdasarkan Tabel 4.10 mengenai motivasi masyarakat menonton siaran NET TV Sul-Sel berdasar motif dan motivasi menonton untuk integrasi interaksi sosial jika dicermati sebanyak 50% sangat setuju bahwa dengan menonton siaran NET TV Sul Sel sangat membantu untuk mengetahui keadaan orang lain, sebanyak 25% mengatakan setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel membantu menumbuhkan rasa empati terhadap sesama, 10% kurang setuju menyatakan siaran NET TV Sul Sel membantu menumbuhkan rasa peduli terhadap masyarakat sekitar, 10% menyatakan tidak setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel membantu agar masyarakat saling berinteraksi, 5% menyatakan sangat tidak setuju bahwa dengan menonton siaran NET TV Sul Sel dapat meningkatkan rasa peduli antar sesama dalam hal ini berinteraksi.

Data tersebut menunjukkan bahwa responden memilih jawaban paling banyak yaitu masyarakat sangat setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel membantu masyarakat meningkatkan rasa empati kepada masyarakat yakni sebanyak 50% serta menumbuhkan agar selalu berinteraksi antar sesama.



#### 4. Siaran NET TV Sul Sel Sebagai Sarana Hiburan

Motif yang mendasari penonton untuk melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa, penyaluran emosi, dan mengisi waktu.

**Tabel 4.11**  
**Motivasi Masyarakat Menonton Siaran NET TV Sul Sel Berdasarkan Motif Hiburan**

Masyarakat menonton siaran NET TV Sul Sel untuk mendapatkan hiburan	Frekuensi	Persentase %
Sangat setuju	5	5
Setuju	80	80
Kurang setuju	5	5
Tidak setuju	5	5
Sangat tidak setuju	5	5
JUMLAH	100	100

Sumber : Hasil olah data kuesioner, 2017

Berdasarkan Tabel 4.11 mengenai motivasi masyarakat menonton siaran NET TV Sul-Sel berdasar motif kebutuhan akan hiburan jika dicermati sebanyak 5% sangat setuju bahwa masyarakat menonton NET TV Sul Sel untuk mendapatkan hiburan, 80% mengatakan setuju dimana masyarakat menonton siaran NET TV Sul Sel untuk mendapatkan hiburan mengisi waktu luang, 5% kurang setuju menyatakan bahwa masyarakat menonton siaran NET TV Sul Sel hanya untuk mendapatkan hiburan, 5% menyatakan tidak setuju bahwa masyarakat menonton siaran NET TV Sul Sel untuk mendapatkan hiburan,. Data tersebut menunjukkan bahwa responden memilih jawaban paling banyak yaitu masyarakat setuju sebanyak 80% bahwa sebagian

besar mereka menonton hanya untuk hiburan dikala mengisi waktu luang, penyaluran emosi.

#### **D. *Persepsi Masyarakat Bontoramba Terhadap Siaran NET TV Sul Sel***

Penelitian ini berfokus pada persepsi masyarakat BontoRamba tepatnya pada masyarakat Galoggoro RT 06 RW 02 terhadap siaran NET TV Sul-Sel. Hal mengenai siaran NET TV Sul-Sel yang diteliti yaitu, pertama persepsi mengenai kualitas tayangan program dimana para pemirsa umumnya berpersepsi baik terhadap program yang memiliki kualitas tayangan bagus, ada dua indikator tayangan bagus yaitu kualitas gambar dan penayangan. Kedua unsur pesan dalam siaran ditentukan oleh dua unsur yaitu presenter dan narasumber. Ketiga unsur paling penting dalam siaran adalah materi siaran yakni tema cerita dan isi cerita.

Indikator-indikator tersebut sengaja dipilih untuk penelitian dengan asumsi bahwa indikator-indikator tersebut merupakan unsur-unsur yang dianggap penting dari persepsi masyarakat Galoggoro RT 06 RW 02. Pernyataan dalam instrumen penelitian menggunakan pilihan jawaban sesuai dengan tolak ukur penilaian pada kuesioner berikut uraian skor yang diberikan dalam instrumen penelitian:

**Tabel 4.12**  
**Kriteria Penilaian Kuesioner**

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Pemberian skor pada tiap-tiap jawaban dari instrumen penelitian didasarkan pada kebutuhan peneliti agar mempermudah dalam mengelolah dari instrumen data penelitian.

### 1. Persepsi Berdasarkan Unsur Kualitas Tayangan

**Tabel 4.13**  
**Persepsi Masyarakat Berdasarkan Kualitas Tayangan Terhadap Siaran NET TV Sul-Sel**

Program yang ditayangkan siaran NET TV Sul Sel dapat menarik perhatian masyarakat	Frekuensi	Persentase %
Sangat setuju	15	15
Setuju	32	32
Kurang setuju	16	16
Tidak setuju	13	13
Sangat tidak setuju	8	8
JUMLAH	100	100

Sumber : Olah data Kuesioner, 2017

Berdasarkan Tabel 4.13 mengenai persepsi masyarakat berdasarkan kualitas tayangan (kualitas gambar dan tayangan) terhadap siaran NET TV Sul-Sel jika dicermati sebanyak 32% setuju menyatakan bahwa kualitas tayangan siaran NET TV Sul Sel dapat menarik perhatian masyarakat, 15% sangat setuju menyatakan kualitas program tayangan siaran NET TV Sul-Sel menarik, 15% responden sangat setuju mengenai kualitas tayangan siaran NET TV Sul Sel, kurang setuju sebanyak 16% mengenai kualitas program tayangan Net TV Sul Sel, 13% menyatakan tidak setuju bahwa kualitas program tayangan siaran NET TV dapat menari pwrhatian

masyarakat, dan 18% menyatakan sangat tidak setuju bahwa program tayangan siaran NET TV Sul Sel dapat menarik perhatian.

Data tersebut menunjukkan bahwa responden memilih jawaban paling banyak yaitu masyarakat setuju bahwa program tayangan siaran NET TV Sul Sel menarik perhatian masyarakat sebanyak 32% dari (32) responden.

## **2. Persepsi Masyarakat Berdasarkan Unsur Pesan Siaran(presenter dan narasumber)**

**Tabel 4.14**  
**Persepsi Masyarakat Berdasarkan pesan siaran Terhadap Siaran NET TV Sul-Sel**

Informasi yang disampaikan presenter NET TV Sul Sel dapat dipahami masyarakat	Frekuensi	Persentase %
Sangat setuju	37	37
Setuju	18	18
Kurang setuju	11	11
Tidak setuju	14	14
Sangat tidak setuju	20	20
JUMLAH	100	100

Sumber : Hasil olah data kuesioner, 2017

Berdasarkan Tabel 4.14 mengenai persepsi masyarakat berdasarkan kualitas pesan siaran (presenter dan narasumber) terhadap siaran NET TV Sul-Sel jika dicermati sebanyak 37% sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan NET TV Sul Sel dapat dipahami masyarakat. Dan sebanyak 18% setuju mengatakan bahwa informasi yang disampaikan presenter NET TV Sul Sel dapat dipahami masyarakat, 11% kurang setuju bahwa informasi yang disampaikan presenter NET TV Sul Sel

dapat dipahami masyarakat, 14% tidak setuju bahwa informasi yang disampaikan presenter NET TV Sul Sel dapat dipahami masyarakat, 20% menyatakan sangat tidak setuju tentang informasi yang disampaikan presenter NET TV Sul Sel dapat dipahami masyarakat.

Data tersebut menunjukkan bahwa responden memilih jawaban paling banyak yaitu masyarakat sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan presenter NET TV Sul Sel dapat dipahami oleh masyarakat yaitu sebanyak 37% dari (37) responden.

### 3. Persepsi Masyarakat Berdasarkan unsur isi atau informasi

**Tabel 4.15**  
**Persepsi Masyarakat Berdasarkan unsur siaran (isi cerita) Terhadap Siaran NET TV Sul-Sel**

Siaran NET TV Sul Sel memberikan informasi yang berkualitas kepada masyarakat	Frekuensi	Persentase %
Sangat setuju	20	20
Setuju	40	40
Kurang setuju	13	13
Tidak setuju	15	15
Sangat tidak setuju	12	12
JUMLAH	100	100

Sumber : Hasil olah data kuesioner, 2017

Berdasarkan Tabel 4.15 mengenai persepsi masyarakat berdasarkan unsur siaran (isi cerita ) terhadap siaran NET TV Sul-Sel jika dicermati sebanyak 20% sangat setuju bahwa siaran NET TV memberikan informasi yang berkualitas kepada masyarakat Sul Sel dapat dipahami masyarakat. Dan sebanyak 20% setuju mengatakan bahwa siaran NET TV Sul Sel memberikan informasi yang berkualitas kepada masyarakat, 13% kurang setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel memberikan

informasi yang berkualitas kepada masyarakat, 15% tidak setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel memberikan informasi yang berkualitas kepada masyarakat, 12% menyatakan sangat tidak setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel memberikan informasi yang berkualitas kepada masyarakat.

Data tersebut menunjukkan bahwa responden memilih jawaban paling banyak yaitu masyarakat setuju bahwa siaran NET TV Sul Sel memberikan informasi yang berkualitas kepada masyarakat yaitu sebanyak 40% dari (40) responden.

## **E. Analisis Data**

### **1. Analisis Korelasi Sederhana**

Korelasi sederhana merupakan suatu teknik statistik yang dipergunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel, dan juga untuk mengetahui bentuk hubungan keduanya dengan hasil yang bersifat kuantitatif. Kekuatan hubungan antara dua variabel yang dimaksud adalah apakah hubungan tersebut kuat, lemah ataupun tidak kuat. Sedangkan bentuk hubungannya adalah apakah bentuk korelasinya linear positif ataupun linear negatif.

Diantara sekian banyak teknik pengukuran, terdapat teknik korelasi yang sangat populer yaitu, korelasi *Pearson Product Moment* dan Korelasi *Rank Spearman*. Korelasi Person Product Momen adalah korelasi yang digunakan untuk data kontinu dan data diskrit, korelasi pearson menghitung korelasi dengan menggunakan variasi data keregaman data tersebut menunjukkan korelasinya. Korelasi ini menghitung data apa adanya, tidak menghitung data ranking atas data yang digunakan seperti pada pada korelasi Rank Spearman.

Untuk mengetahui hubungan variabel motivasi menonton NET TV Sul Sel dengan persepsi masyarakat Galoggoro RT 06 RW 02 ,untuk itu menggunakan uji korelasi sederhana atau *Pearson*

*Product Moment* sebagai berikut:<sup>6</sup>

**Tabel 4.16**  
**Korelasi Antar Variabel**  
**Correlations**

		Motivasi	Persepsi
Motivasi	Pearson Correlation	1	,898**
	Sig. (1-tailed)		,000
	N	100	100
Persepsi	Pearson Correlation	,898**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber : Hasil olah data SPSS 21, 2017

Korelasi dapat menghasilkan angka positif yang menunjukkan hubungan yang searah antara dua variabel yang diuji, artinya semakin besar variabel independen maka semakin besar variabel dependen atau korelasi negatif yang menunjukkan hubungan yang tidak searah.

Tingkat keeratan hubungan ditentukan berdasarkan kriteria yang diungkapkan oleh Guilford <sup>7</sup>

< 0.20 : hubungan rendah sekali, lemah sekali  
0.20–0.40 : hubungan rendah tetapi pasti 0

<sup>6</sup>Purwanto.*Statistika Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h. 194.

<sup>7</sup>Budi Susetyo, *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), h. 118.

40–0.70	: hubungan yang cukup berarti
0.70–0.90	: hubungan yang tinggi, kuat
> 0.90	: hubungan sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan

Tabel di atas korelasi antara motivasi menonton dengan persepsi masyarakat menghasilkan angka 0,00, angka tersebut menunjukkan adanya korelasi atau hubungan antara motivasi dengan persepsi serta 0,89 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara motivasi dengan persepsi.

Sehingga berdasarkan analisis data uji korelasi, jika nilai probabilitas diketahui  $>0,05$  maka tidak terdapat korelasi dan sebaliknya jika probabilitas  $<0,05$  maka terdapat korelasi. Maka dari itu motivasi dengan persepsi diperoleh nilai probabilitas =  $0,00 < 0,05$ , maka terdapat korelasi yang signifikan. dengan demikian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Ada hubungan antara motivasi menonton dengan persepsi masyarakat.

#### **F. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, juga sesuai dengan arah kerangka konseptual dikemukakan bahwa, motivasi menonton televisi dipengaruhi oleh beberapa motif atau faktor Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dimana ada empat motivasi masyarakat menonton menurut teori Mc Quail yaitu adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi yakni kebutuhan akan informasi, identitas pribadi, interaksi sosial dan hiburan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.16



**Tabel 4.16**  
**Hasil penelitian Motivasi dan Persepsi**

<b>Motivasi</b>	<b>Persentase</b> <b>%</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Persentase</b> <b>%</b>
Informasi	45	Kualitas Tayangan	32
Identitas Pribadi	25	Unsur Pesan (Presenter)	37
Interaksi Sosial	50	Materi Siaran	40
Hiburan	80		

Sumber: Hasil olah data kuesioner, 2017

Dari sisi kebutuhan akan informasi bahwa masyarakat menonton NET TV Sul Sel pada berbagai indikator yang diajukan, ternyata hasil penelitian menunjukkan bahwa ada sebanyak 45% responden sangat setuju bahwa dengan menonton NET TV Sul Sel masyarakat mendapatkan informasi.

Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan terdahulu bahwa televisi sebagai salah satu sumber informasi yang kompleks cenderung memiliki khalayak yang lebih banyak. Pada faktor motif identitas pribadi, berdasarkan teori yang telah dikemukakan (Mc Quail) bahwa identitas pribadi yaitu memperkuat atau menonjolkan sesuatu dalam kehidupan. Hal ini sejalan dengan penelitian bahwa motivasi menonton untuk motif identitas pribadi sebanyak 25% setuju. Sekalipun hanya 25% dari 100 responden akan tetapi motif identitas pribadi mendasari penonton adalah untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi modal penilaian dari nilai-nilai lainnya. Ketiga, motif integrasi dan interaksi sosial responden sepakat bahwa siaran televisi sangat menunjang untuk menguatkan rasa empati terhadap sesama yakni sebanyak 50%. Dan yang paling menunjang masyarakat memiliki motivasi

tinggi untuk menonton yaitu kebutuhan akan hiburan yakni 80%. Sehingga dapat dikatakan motivasi masyarakat menonton hanya untuk mendapatkan hiburan.

Hal tersebut sesuai dengan arah teori yang telah dikemukakan bahwa motivasi ini berkaitan dengan usaha untuk melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa, mengisi waktu, serta penyaluran emosi.

Indikator persepsi masyarakat ada tiga unsur. Pertama, persepsi masyarakat berdasarkan unsur tayangan yakni sebanyak 32% mengatakan setuju bahwa program yang ditayangkan NET TV Sul Sel menarik perhatian masyarakat. Kedua, berdasarkan unsur pesan siaran informasi yang disampaikan presenter NET TV Sul Sel dapat dipahami masyarakat sebanyak 37%. Dan yang terakhir persepsi masyarakat berdasarkan isi cerita responden mengatakan setuju 40% bahwa siaran NET TV Sul Sel menyuguhkan berbagai informasi yang berkualitas kepada masyarakat.

Demikian halnya antara motivasi dari menonton, dimana hasil uji korelasi sederhana (*perason product moment*) korelasi antara menonton dengan persepsi masyarakat menghasilkan angka 0,00, angka tersebut menunjukkan adanya korelasi atau hubungan antara motivasi dengan persepsi serta 0,89 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara motivasi dengan persepsi.

Berdasarkan analisis data uji korelasi, jika nilai probabilitas diketahui  $>0,05$  maka tidak terdapat korelasi dan sebaliknya jika probabilitas  $<0,05$  maka terdapat korelasi. Maka dari itu motivasi dengan persepsi diperoleh nilai probabilitas =  $0,00 < 0,05$ , maka terdapat korelasi yang signifikan. dengan demikian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Ada hubungan antara motivasi menonton dengan persepsi masyarakat.

Oleh karena itu banyaknya program acara yang disediakan oleh stasiun televisi membuat khalayak harus jeli memilih dan memilah apa yang mereka butuhkan, informasi atautkah hiburan, Pesan-pesan yang disampaikan oleh program acara itu sangatlah beragam sehingga khalayak haruslah menyeleksi mana yang mereka butuhkan sehingga tak salah mendengar ataupun menonton informasi yang disajikan oleh televisi. Dalam hal ini masyarakat tidak salah dalam mempersepsikan apa yang ditayangkan stasiun televisi.

Hal inidijelaskan dalam QS. Az-Zumar/39:18.

لَبَّاءُ وَلَوْ اَهُمْ وَأُولَئِكَ اَللّٰهُ هَدٰهُمُ الَّذِيْنَ اُولٰٓئِكَ اَحْسَنَهُ فَيَتَّبِعُوْنَ اَلْقَوْلَ يَسْتَمِعُوْنَ الَّذِيْنَ  
الْا

Terjemahanya:

Yang mendengarkan Perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranyamereka Itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka Itulah orang-orang yang mempunyai akal.<sup>8</sup>

Sebagian ulama yang berpendapat tentang makna kata *al-qau'll/perkataan* pada ayat diatas ada yang memahaminya dalam arti ajaran islam baik yang bersumber dari Al-Quran maupun an-Sunnah. Sedangkan yang dimaksud *Al-ahsan/terbaik* adalah yang wajib dan yang utama, walaupun tidak menutup kemungkinan menghalalkan yang baik dan yang sunnah.<sup>9</sup> Selain harus memperhatikan mana hal yang harus diikuti atau didengarkan apa yang ditampilkan televisi sehingga tidak salah dalam mempersepsikan sesuatu hal, masyarakat juga harus memperhatikan mana sumber yang harus dipercaya.

<sup>8</sup>Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemhanya*, h. 460.

<sup>9</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah; Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Vol. 13 (Jakarta; Lentera Hati, 2002), h. 287.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Secara umum masyarakat Kelurahan BontoRamba Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Tepatnya di lingkungan Galoggoro RT 06 RW 02, hasil olah data dilihat dari karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin paling sering menonton yaitu responden perempuan sebanyak 55% sedangkan laki-laki hanya 45% dengan taraf usia 21-30 tahun.

1. Adapun motif dan motivasi seseorang menonton karena adanya beberapa kebutuhan yang ingin dicapai. Pertama, kebutuhan akan informasi sebanyak 45% responden sangat setuju bahwa dengan menonton NET TV Sul Sel masyarakat mendapatkan informasi. Kedua, motif identitas pribadi sebanyak 25% setuju. Ketiga, motif integrasi dan interaksi sosial responden sepakat bahwa siaran televisi sangat menunjang untuk menguatkan rasa empati terhadap sesama yakni sebanyak 50%. Dan yang paling menunjang masyarakat memiliki motivasi tinggi untuk menonton yaitu kebutuhan akan hiburan yakni 80%. Sehingga dapat dikatakan motivasi masyarakat menonton hanya untuk mendapatkan hiburan pada waktu luang.
2. Indikator persepsi masyarakat ada tiga unsur. Pertama, persepsi masyarakat berdasarkan unsur tayangan yakni sebanyak 32% mengatakan setuju bahwa program yang ditayangkan NET TV Sul Sel menarik perhatian masyarakat. Kedua, berdasarkan unsur pesan siaran informasi yang disampaikan presenter

NET TV Sul Sel dapat dipahami masyarakat sebanyak 37%. Dan yang terakhir persepsi masyarakat berdasarkan isi cerita responden mengatakan setuju 40% bahwa siaran NET TV Sul Sel menyuguhkan berbagai informasi yang berkualitas kepada masyarakat.

3. Variabel motivasi menonton yang diduga mempunyai hubungan dengan persepsi masyarakat, ternyata menunjukkan hubungan yang signifikan. kedua variabel tersebut, variabel motivasi menonton memberikan kontribusi terhadap persepsi masyarakat dalam hal menonton televisi.

#### **B. *Implikasi Penelitian***

Sebagai suatu penelitian yang telah dilakukan pada masyarakat maka kesimpulan yang ditarik tentu mempunyai implikasi dalam bidang pertelevisian dan juga penelitian-penelitian selanjutnya, sehubungan dengan hal tersebut maka implikasinya adalah sebagai berikut :

Hendaknya dalam penggunaan media massa seperti televisi dalam memperoleh informasi sebaiknya lebih selektif dalam menerima informasi dan memilih tayangan-tayangan yang berkualitas. Para pelaku media dan perusahaan pers seperti NET TV Sul Sel dalam menyajikan informasi kepada masyarakat sebaiknya memiliki sikap yang sesuai dengan kode etik jurnalistik, dan tidak melakukan hal-hal yang dapat menciderai citra pers sehingga tidak menimbulkan kegelisahan informasi yang didapatkan oleh masyarakat serta masyarakat tidak salah dalam mempersepsikan suatu hal. Untuk para calon peneliti.

Untuk para calon peneliti, disarankan agar peneliti harus menggunakan metode, strategi dan teknik penelitian yang ilmiah dan berlandaskan teori-teori yang ada dan untuk memperoleh data penelitian yang akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinarno, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Cet. III; Bandung: Sembiosa Media, 2007.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cet. V; Jakarta: Kencana, 2010.
- Djamal, Hidajanto dan Andi Fachruddin. *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Suatu Praktek*. Bandung: PT REMaja Rosdakarya, 1984.
- Gerungan, W.A. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2000.
- Karra, Muslimin. *Statistik Ekonomi*. Alauddin University Press, 2013.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Graviti, 2007.
- Kementrian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Surakarta: Indiva Media Kreasi, 2013.
- McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutahir*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2008.
- Muda, Deddy Iskandar. *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Propesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Purwanto. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Cet. V; Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

- Severin, Werner J. dan James W. Tankard Jr.. *Teori Komunikasi Sejarah: Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Siagian, Sondang P. *Teori Motivasi dan Organisasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Siregar, Ashadi. *Menyingkap Media Penyiaran Membaca Televisi Melihat Radio*. Yogyakarta.:LP3Y, 2001.
- Sudjiono, Anas. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Raja Gravindo , 2003.
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sumadiria, As Haris. *Jurnal Indonesia Propesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Susetyo, Budi. *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama, 2014
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Thoha, Miftah. *Perilaku Organiosasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Raja Gravindo Persada, 2009.

## **SKRIPSI**

- Irsal, “Persepsi Remaja Desa Masalle Kabupaten Enrekang”, *Skripsi*, Makassar: Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin, 2013.
- Karina heza Pratama, “Motivasi Menonton dan Persepsi Khalayak Tentang Program *Talk Show* Hitam Putih di Trans7 Pada Masyarakat Desa Rurban”, *Skripsi*, Bogor: Fak. Ekologi Manusia Institut Pertanian, 2013.
- Fickram Aris, judul “Persepsi Masyarakat Tentang Aktualisasi Informasi Berita di *TVOne* (studi pada masyarakat lingkungan Allattappampang Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa)”, *Skripsi*, Makassar: Fak: Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin, 2016.

## **INTERNET**

- <http://www.netmedia.co.id.about>  
<https://repository.telkomuniversity.ac.id>